

Essi Ovaska

Vauva ei nuku koskaan

Käyttäjälähtöisyys Vauva.fi:n Aihe vapaa
-mobiilisivuston suunnittelussa

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi (ylempi AMK)

Mediatuottamisen koulutusohjelma

Opinnäytetyö

13.5.2014

<p>Tekijä Otsikko</p> <p>Sivumäärä Aika</p>	<p>Essi Ovaska Vauva ei nuku koskaan – Käyttäjälähtöisyys Vauva.fi:n Aihe vapaa -mobiilisivuston suunnittelussa</p> <p>60 sivua + 2 liitettä 13.5.2014</p>
<p>Tutkinto</p>	<p>Medianomi (ylempi AMK)</p>
<p>Koulutusohjelma</p>	<p>Mediatuottaminen</p>
<p>Suuntautumisvaihtoehto</p>	
<p>Ohjaaja</p>	<p>Lehtori Liisa Seppänen</p>
<p>Tämä opinnäytetyö tutkii mobiilisivuston suunnittelua käyttäjäkeskeisillä menetelmillä. Käsittelemme aihetta Vauva.fi-sivuston Aihe vapaa -keskustelun alueen suunnittelutyön kautta.</p> <p>Teoriaosuudessa esittelen tärkeimmät käyttäjäkeskeisen suunnittelun määritelmät, metodit ja toimintamallit. Käyn läpi käytettävyyden ja käyttökokemuksen määritelmiä osana hyvän käyttökokemuksen rakentamista.</p> <p>Esittelen työssäni Vauva.fi-sivuston Aihe vapaa -keskustelupalstan. Teen havaintoja keskustelupalstan kävijöistä ja keskustelujen sisällöstä. Havaintoihini perustuen etsin syitä keskustelupalstan suureen suosioon. Teen myös huomioita erilaisista käyttäytymismalleista ja tavoista toimia palstalla.</p> <p>Kerron Aihe vapaa -mobiilisivuston suunnittelun eri vaiheissa käytetyistä käyttäjäkeskeisen suunnittelun menetelmistä. Työni keskiössä on käyttäjä ja hänen odotuksiinsa ja tarpeisiinsa vastaaminen. Suunnittelupäätökset tukeutuvat olemassa olevaan tietoon. Käyttäjäkeskeisillä menetelmillä saadaan tietoa suunnittelupäätösten perusteeksi.</p> <p>Mobiilisivuston julkaisun jälkeen tutkin, miten tuote on otettu vastaan eri käyttäjäryhmissä. Tutkimusmenetelminä käytin kahta mobiilisivuston käyttäjille tekemääni käyttäjäkyselyä sekä sivuston kävijäliikenteestä kertovia mittaustuloksia. Tutkimustuloksista käy ilmi eri käyttäjäryhmien tyytyväisyys mobiilisivustoa kohtaan sekä käyttäytymisen muutoksista tuotteen käytössä.</p>	
<p>Avainsanat</p>	<p>käyttäjäkeskeinen suunnittelu, käytettävyys, mobiilisivusto</p>

Author Title	Essi Ovaska <i>Vauva.fi</i> Never Sleeps - User Centered Design of a Mobile Discussion Forum
Number of Pages Date	60 pages + 2 appendices 13 May 2014
Degree	Master of Arts
Degree Programme	Media Production and Management
Specialisation option	
Instructor	Liisa Seppänen, Senior Lecturer
<p>Vauva ei nuku koskaan topic is the design of the user centered mobile web site. The work focuses further into user centered design models. The work builds use case from the Vauva.fi 'Aihe vapaa' mobile discussion forum creation.</p> <p>The theory of the user centered design modeling starts this work. The theory part consists of the definition, methods and the functional model. The user experience model is studied via the usability and the user experience definitions.</p> <p>Use case representation follows the theory part. The use case is the discussion forum 'Aihe vapaa' in the Vauva.fi web site. The use case studies the users of the web site and the content of the discussions. The aim of the study is to recognize the grounds for the site popularity. The use case part also looks into usage models and usage patterns of the site.</p> <p>The use case discusses the design phases of the 'Aihe vapaa' discussion forum site. The design phase steps represent the user centered design method in the step. The focus of the design in the use case was the targeted user and needs of the user. The design selections, decisions, must be fact based. User centered methods provide baseline for design decisions.</p> <p>After the launch of the mobile web site I study the acceptance of the new site. The acceptance is studied via different user groups. The method is two user studies and usage statistics. This part of the work analysis the favorability of the site, the user experience score and changes in the usage patterns in the new site.</p>	
Keywords	User interface, user experience, usability, mobile website

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Käytettävyys, käyttökokemus ja käyttäjäkeskeinen suunnittelu	3
2.1	Käytettävyys	3
2.2	Käyttäjäkokemus	4
2.3	Käyttäjäkeskeinen suunnittelu	6
3	Käyttäjäkeskeisten menetelmien toteutuminen projektissa	8
4	Vauva.fi ja Aihe vapaa	10
4.1	Miten Aihe vapaa syntyi?	10
4.2	Aihe vapaan suosion selittäviä syitä	13
4.2.1	Totuttu tapa	13
4.2.2	Anonyymius	15
4.2.3	Yhteinen kieli ja huumori	16
4.2.4	Aihealueena kaikki	18
4.2.5	Aina seuraa	19
4.3	Käyttäjäprofiilit	20
5	Käyttäjien siirtyminen mobiiliin	22
5.1	Mobiilin käytön lisääntyminen	22
5.2	Mobiilisivu, sovellus ja responsiivinen sivusto	23
5.3	Miksi Aihe vapaan pitäisi olla mobiiliissa?	25
6	Käyttöliittymäsuunnittelu	27
6.1	Toiminnallisuuksien suunnittelu	27
6.2	Visuaalinen suunnittelu	29
6.3	Käyttäjäpalautteen huomioiminen käyttöliittymäsuunnittelussa	32
6.3.1	Aihe vapaan etusivu	32
6.3.2	Viestiketju	35
7	Käyttäjätutkimuksen tulokset	40
7.1	Käyttäjäkyselyiden taustaa	40
7.2	Käyttäjien taustatiedot	40
7.3	Käyttäjien tyytyväisyys palveluun	41
7.4	Käyttötavan muuttuminen	44

7.5	Käyttäjien toiveet sivuston sisällöstä	45
8	Kävijämäärien ja käyttäytymisen muutokset analytiikan valossa	47
8.1	Kävijämäärien kehitys	47
8.2	Sivuston rytmin muuttuminen	49
8.3	Käyttäjätutkimuksen ja analytiikkamittausten yhteenveto	52
9	Pohdinta	54
	Lähteet	57
	Liitteet	
	Liite 1. Käyttäjäkysely mobiilisivuston kävijöille 1	
	Liite 2. Käyttäjäkysely mobiilisivuston kävijöille 2	

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyön aiheena on mobiilisivuston suunnittelu käyttäjäkeskeisesti. Käsitelen aihetta Vauva.fi-sivuston Aihe vapaa -keskustelualueen suunnittelutyön kautta. Lopputyöni toiminnallisena osana olen tehnyt mobiilisivuston käyttöliittymäsuunnittelun. Suunnittelutyöhön olen ottanut käyttäjät mukaan eri menetelmin. Kirjallisessa osuudessa kerron mihin suunnittelulliset ratkaisut pohjautuvat ja mitä menetelmiä olen työssäni käyttänyt. Työskentelen Sanoma Media Finlandin Digitaaliset julkaisut yksikössä ja olen toiminut tässä projektissa konseptisuunnittelijana. Vauva.fi-sivuston Aihe vapaa -mobiilisivusto löytyy osoitteesta m.vauva.fi.

Lopputyöni näkökulma on tarkastella mobiilisivuston kehitysprojektia käyttäjäkeskeisten menetelmien kautta. Käyn läpi suunnittelun eri vaiheet ja kerron, miten olen hyödyntänyt käyttäjäkeskeisiä metodeita suunnittelupäätösten tekemisessä. Olen rajannut työni ulkopuolelle tekniset määritykset, liiketoimintaan liittyvät asiat sekä projektinhallinnalliset seikat. Ne myös vaikuttavat suunnittelupäätösten tekemiseen. Työni keskiössä on käyttäjä ja hänen odotuksiinsa ja tarpeisiinsa vastaaminen. Suunnittelijana pidän tärkeänä, että tuotteen kehityksessä suunnittelupäätökset nojaavat tietoon eikä arvailuun. Suunnittelija ei voi tehdä päätöksiä mielihaluun perustuen vaan tukeutua olemassa olevaan tietoon. Käyttäjäkeskeisillä menetelmillä saadaan tietoa, mitä vasten suunnittelupäätökset voidaan tehdä.

Työni alussa on teoriaosuus, jossa esittelen tärkeimmät käyttäjäkeskeisen suunnittelun määritelmät, metodit ja toimintamallit. Käyn läpi käytettävyyden ja käyttökokemuksen määritelmiä osana hyvän käyttäjäkokemuksen rakentamista. Luvussa kolme kerron projektin etenemisestä ja miten eri vaiheissa käyttäjät on otettu mukaan osaksi suunnittelutyötä.

Käyttäjäkeskeinen suunnittelu edellyttää käyttäjien tuntemista. Luvussa neljä esittelen Vauva.fi-sivuston Aihe vapaa -keskustelupalstan. Teen havaintoja keskustelupalstan kävijöistä ja keskustelujen sisällöstä. Havaintoihini perustuen luon keskustelupalstan kävijöistä käyttäjäprofiilit. Kävijäprofiilit perustuvat Aihe vapaa -palstan keskustelijoiden käyttäytymismalleihin ja tapoihin toimia palstalla.

Luku viisi käsittelee, miten mobiilin käytön yleistyminen on muuttanut suomalaisten arkea ja ajankäyttöä. Muutokset näkyvät käyttäjien tarpeissa ja odotuksissa verkkopalveluita kohtaan. Luvussa käsittelen myös vaihtoehtoja, miten sisältö saadaan esitettyä käyttäjien tarpeita vastaavaksi myös mobiililaitteissa.

Käyttöliittymän toimintoja ja visuaalista suunnittelua käsitellään luvussa kuusi. Havainnollistan käyttäjien osallistumisen suunnitteluun esittelemällä käyttöliittymän kehityksen kolme eri vaihetta. Suunnittelu jaksottuu kolmeen iteraatiovaiheeseen: beta, vaihe 1 ja vaihe 2. Beta-vaihe on ennen mobiilisivuston julkaisua, jolloin kehitystyö pohjautuu käyttäjähaastatteluihin ja -testaukseen. Vaihe 1 ja 2 ovat julkaisun jälkeen toteutuneita kehitysvaiheita, joissa kehitystyötä ohjaa käyttäjäkyselyiden kautta kerätty tieto. Tuotteen kehitystyön on tarkoitus jatkossakin edetä kehityssykleissä eli iteratiivisena.

Mobiilisivuston julkaisun jälkeen tutkin luvussa kuusi, miten tuote on otettu vastaan eri käyttäjäryhmissä. Tutkimusmenetelminä käytän kahta mobiilisivuston käyttäjille tekemääni käyttäjäkyselyä.

Luvussa seitsemän analysoin käyttäjäkyselyistä saadut tutkimustulokset. Vastausten pohjalta esittelen eri käyttäjäryhmien tyytyväisyyttä sivustoa kohtaan sekä muutoksista tuotteen käyttötavoissa.

Käyttäjätutkimuksen rinnalla tutkin sivuston kävijäliikenteestä kertovia mittaustuloksia. Luvussa kahdeksan vertaan mobiilisivuston ja pöytäkoneella keskusteluun osallistuneiden kävijöiden määrässä ja käyttäytymisessä tapahtuneita muutoksia.

Lopuksi vielä kokoan yhteen tutkimustyön aikana esiin tulleita ajatuksia ja huomioita. Miten käyttäjäkeskeisen suunnittelun malli sopii mobiilisivustojen suunnitteluun ja miten aion jatkossa suunnittelijana hyödyntää lopputyön tekemisen myötä oppimiani taitoja.

2 Käytettävyys, käyttökokemus ja käyttäjakeskeinen suunnittelu

Lopputyöni teoriaosuudessa esittelen tärkeimmät käyttäjakeskeisen suunnittelun määritelmät, metodit ja toimintamallit. Käyn läpi käytettävyyden ja käyttökokemuksen määritelmiä osana hyvän käyttökokemuksen rakentamista. Luvun lopussa keskityn määrittelemään, mitä on käyttäjakeskeinen suunnittelu.

2.1 Käytettävyys

Käytettävyys on ISO 9241–11-standardin mukaan *mittari, jolla mitataan, kuinka käyttökelpoinen, tehokas ja miellyttävä tuote on käyttää oikeassa käyttöympäristössä, kun käyttäjänä ovat sen omat käyttäjät*. Määritelmä ei kerro mitään tuotteen helppokäyttöisyydestä eikä opittavuudesta, vaikka ne usein mielletään osaksi käytettävyyttä. Kun tuotetta oppii helposti käyttämään, se lisää tuotteen tehokkuutta. (Sinkkonen ym. 2009, 20.) Käytettävyydellä tarkoitetaan järjestelmän tai tuotteen ominaisuuksia, jotka tekevät siitä käyttäjän näkökulmasta helposti käytettävän ja toimivan (VTT 2012).

Nielsenin mukaan käytettävyys on laadullinen määre. Käytettävyys on määre, jolla mitataan käyttöliittymien helppokäyttöisyyttä. Käytettävyyden määritelmää voidaan lähestyä viiden eri ominaisuuden kautta - opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheet ja tyytyväisyys. Nämä ovat Nielsenin nimeämät laatumääritelmät käytettävyydelle. (Nielsen 2012.)

Opittavuudella mitataan uuden käyttäjän suoriutumista palvelun perustoiminnoista. Mitattavana asiana on käyttäjän selviytyminen helpoista ja yksinkertaisista tehtävistä palvelussa, jonka hän kohtaa ensimmäistä kertaa. Käyttöliittymän tulisi olla niin havainnollistava ja ohjaava, että käyttäjä osaa toimia palvelussa ja suoriutua tehtävistä. (Nielsen 2012.)

Tehokkuus on määre, jolla mitataan opittuja asioita. Sillä mitataan käyttäjän nopeutta suoriutua annetuista tehtävistä tutussa toimintaympäristössä. (Nielsen 2012.)

Muistettavuudella tarkoitetaan sitä, kuinka hyvin käyttäjä pystyy palauttamaan muistiin oppimansa toiminnot pitkän tauon jälkeen. Eli miten kauan käyttäjiltä menee, että

päästään samalle tehokkuuden tasolle uudelleen tehtävien suorittamisessa. (Nielsen 2012.)

Virheettömyydellä tarkoitetaan kuinka hyvin käyttäjät osaavat käyttää tuotetta. Tällä ei tarkoiteta tuotteessa olevia teknisiä virheitä. Käytettävyyttä voidaan mitata virheiden määrällä, kuinka vakavista virheistä on kysymys ja kuinka nopeasti virhetilanteen jälkeen palaudutaan takaisin tuotteen normaali käyttöön. (Nielsen 2012.)

Tyytyväisyys on määre, jolla mitataan käyttäjän omakohtaista kokemusta tuotteen käytöstä. Kuinka miellyttävää tuotteen käyttö oli käyttäjän mielestä. Nielsenin edellä esittämät laatumittarit edellyttävät, että käyttäjä kokee palvelun hyödyllisenä ja mielekkäänä käyttää. (Nielsen 2012.)

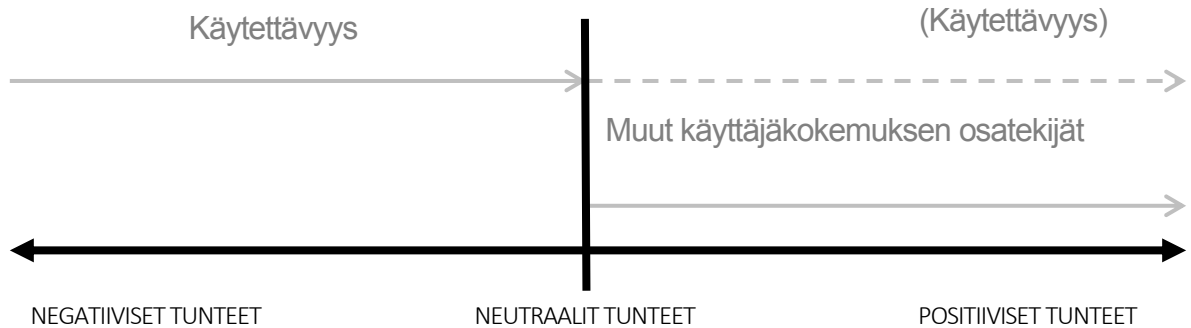
2.2 Käyttäjäkokemus

1980-luvulta lähtien on puhuttu käytettävyyden käsitteestä. 2000-luvulla alettiin puhua käytettävyyden lisäksi hyvästä käyttökokemuksesta. Käyttäjäkokemus on käsitteenä laajempi ja se koostuu kaikesta loppukäyttäjän ja tuotteen välisestä vuorovaikutuksesta. Käytettävyyks taas on osa käyttökokemusta. Vaikka tuote olisi hyvä käytettävyydeltään, voi käyttökokemus olla negatiivinen, jos se ei vastaa käyttäjän odotuksia. Toisin kuin käyttökokemuksessa, käytettävyydessä ei keskitytä niinkään sisältöön, vaan puhtaasti sen käyttöön ja toimintoihin. (Sinkkonen ym. 2009.)

Käyttäjäkokemus on laaja käsite. Käyttäjäkokemuksen kehittymiseen vaikuttavat tekninen toteutus, markkinointi, visuaalinen ja teollinen muotoilu, sekä käyttöliittymän suunnittelu. Käyttökokemus koostuu kaikesta loppukäyttäjän ja tuotteen tai järjestelmän välisestä vuorovaikutuksesta. Tärkeintä hyvän käyttökokemuksen luomisessa on kohdata käyttäjän tarpeet ja tarjota yksinkertainen ja tyylikäs tuote johon käyttäjä on tyytyväinen. (Nielsen & Norman 2012.)

Vuorovaikutussuhde käyttäjän ja tuotteen välillä kehittyy ajan myötä. Suhteen luomiseen voi mennä kuukausia tai jopa vuosia. Suhteen aikana käyttäjille muodostuu huomattava määrä positiivisia ja negatiivisia kokemuksia tuotteesta. Käyttäjien tunteet tuotetta kohtaan vaihtelevat hetkestä toiseen ja päivästä toiseen. Kun käyttäjää pyydetään muodostamaan yleisarvio tuotteesta, he eivät vain ajattele sen hetkistä kokemusta.

Pikemminkin he perustavat yleisarvionsa tuotteesta koko siltä ajalta, mitä heille on jäänyt siitä muistiin. (Kujala & Miron-Shatz 2013.)



Kuvio 1. Hyvä käyttökokemus edellyttää tuotteelta hyvää käytettävyyttä sekä positiivisten tunteiden syntymistä. (Sinkkonen ym. 2006, 248.)

Kuviossa 1 on kuvattu käyttäjäkokemukseen vaikuttavia tekijöitä. Niitä ovat käyttäjän tunteet, motiivit ja tarpeet. Käyttäjäkokemusta voidaan määritellä positiivisten ja negatiivisten tunteiden syntymisellä käyttötilanteessa. Vaikka käytettävyys olisi kuinka hyvä ja virheetön, ilman positiivista tunnetta tuotteesta käyttäjäkokemus ei koskaan voi olla hyvä. Muita käyttäjäkokemukseen vaikuttavia osatekijöitä ovat käyttäjän mielikuvat ja kokemukset brändistä sekä ennalta asetetut odotukset ja oletukset tuotteelle. Huono käytettävyys puolestaan vahvistaa negatiivisia tunteita tuotteesta. (Sinkkonen ym. 2006, 248–249.) Yksittäiset kokemukset vaikuttavat aina kokonaiskäyttäjäkokemukseen. Kokonaiskäyttäjäkokemus ei ole vain yksittäisten kokemusten summa vaan laajempi kokemus. Osa kokemuksista on pysyvämpiä, ja lisäksi ulkoiset tekijät kuten brändi, mielikuvat ja muiden mielipiteet vaikuttavat kokonaiskäyttäjäkokemukseen. (Forlizzi & Battarbee, 2004.)

Käyttäjien tunteisiin vaikuttavia tekijöitä tutkittaessa on huomattu positiivisten tunteiden liittyvän pääasiassa hyvään käyttökokemukseen ja negatiivisten tunteiden huonoon käytettävyyteen. Käyttäjien tunteet ja muistot tuotteen käytöstä vaikuttavat tuotteen käytettävyyden ja käyttökokemuksen arviointiin. Palvelun käytön alkuvaiheessa käyttäjät yliarvioivat tuotteen myönteisiä kokemuksia ja keskittyivät käyttäjäkokemuksen arvi-

ointiin. Käytettävyyden merkitys kasvoi ajan myötä ja huono käytettävyys näkyi negatiivisina tunteina. (Kujala & Miron-Shatz 2013.)

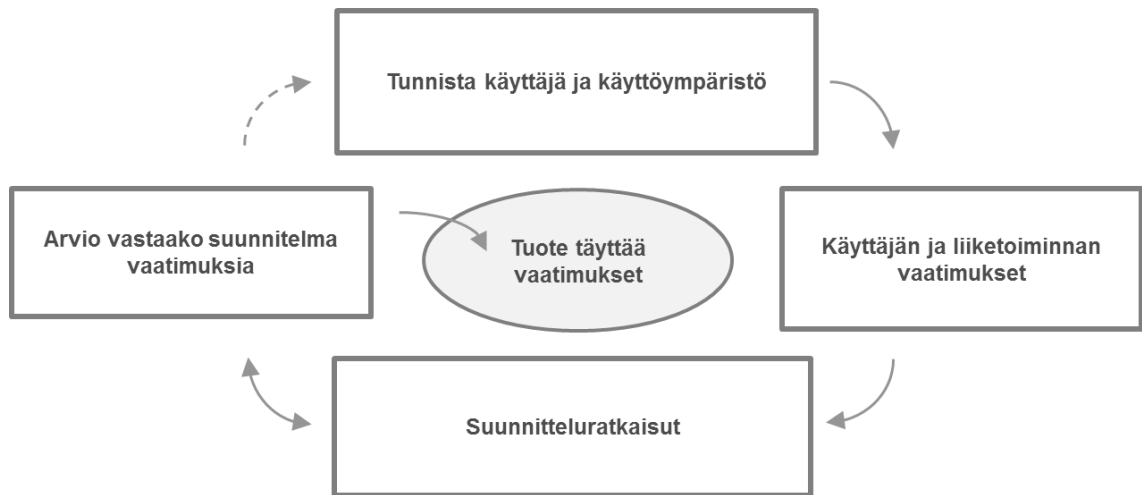
Kun käyttäjäkokemusta arvioidaan ja mitataan, on muistettava, että käyttökokemusta on mahdotonta ennustaa tai toistaa täysin samankaltaisena. Käyttäjäkokemus on aina yksilöllinen ja henkilökohtainen tapahtuma. Subjekttiivisen luonteensa johdosta käyttökokemusta ei myöskään pystytä aukottomasti mittaamaan. (Gube 2010.)

2.3 Käyttäjakeskeinen suunnittelu

Hyvä käytettävyys ja positiivinen käyttäjäkokemus saadaan rakennettua käyttäjakeskeisellä suunnittelulla. Käyttäjakeskeiset menetelmät on luotu helppokäyttöisyyden, tehokkuuden ja käyttäjätuottavuuden tuomiseksi tuotteisiin. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa tuotteen kehitys lähtee käyttäjien todellisista tarpeista liikkeelle. Käyttäjien tarpeet ja toiveet kartoitetaan tutkimuksella. Tietoon, ei arvaukseen, perustuva suunnittelu koituu sekä käyttäjien että suunnittelijoiden eduksi. (Sinkkonen ym. 2009, 27–29.)

Käyttäjistä kerätään dokumentoivaa tietoa monin eri menetelmin. Menetelmiä ovat muun muassa haastattelu, käyttäjäkyselyt ja käyttötilanteiden tarkkailu. Tiedon pohjalta luodaan kuvauksia käyttäjistä ja käyttötapauksista. Näitä hyödynnetään projektin eri vaiheissa esimerkiksi määrittelyiden tekemisessä, suunnittelussa, rautalankamalleissa, käyttötapauksien luonnissa ja testauksessa. Käyttäjiltä saatu tieto tulee hyödyntää, jotta päästään kohti positiivista käyttäjäkokemusta. (Caddick & Cable 2011.)

Käyttäjakeskeisessä suunnittelumallissa selvitetään ensin, mitä verkkopalvelun käyttäjät ovat, mitä he tuotteelta haluavat ja miten he tuotetta käyttäisivät. Tämän jälkeen tehdään tuote, jota jatkuvasti kehitetään vastaamaan käyttäjien tarpeita. Ensin tehdään käyttäjätutkimus ja sen jälkeen prototyyppejä tuotteesta. Suunnitteluratkaisut pohjautuvat käyttäjätutkimuksiin sekä liiketoiminnan esittämiin tavoitteisiin. Käyttäjakeskeisen suunnittelun perusidea on kuvattu kuviossa 2. Kuvio pohjautuu ISO 13407 Standardiin, joka on pohjana kaikissa käyttäjakeskeisissä menetelmissä. (Sinkkonen ym. 2009, 31–37.)



Kuvio 2. Käyttäjäkeskeisen tuotekehityksen idea. Alkuperäisestä ISO 13407 standardia mukailen. (Sinkkonen ym. 2009, 34).

Käyttäjäkeskeisessä suunnittelun määritelmä on melko tuore ja siinä käytettyjä metodeita kehitetäänkin koko ajan vastaamaan nykyisiä suunnitteluprosesseja. Gulliksen ym. ovat olleet kehittämässä uusia käyttäjäkeskeisen suunnittelun malleja. Heidän mukaansa käyttäjäkeskeisen suunnittelutyön periaate on, että tuotteen kehittäjät tuntevat käyttäjät jo suunnitteluprosessin alkuvaiheessa. Oletuksena on, että kaikki projektiin osallistuneiden henkilöiden on ymmärrettävä asetetut tavoitteet, käyttäjien tarpeet ja odotukset tuotteelle sekä ymmärrettävä, miten käyttäjät tulevat tuotetta käyttämään. (Gulliksen, Göransson, Boivie, Blomkvist, Persson & Cajander, 2003.)

Tutkijat Väänänen-Vainio-Mattila ja Wäljas tuovat esille myös tekijätiimin oman kehitystyön merkityksen. Vaikka käyttäjien tarpeista ja odotuksista kertova tieto on käytössä jo suunnittelun alkuvaiheessa, on iteratiivisessa kehitystyössä myös tekijätiimin omilla käyttöttestauksilla ja -arvioilla merkitystä. Tekijätiimi pystyy omilla kokeiluilla ohjaamaan tuotteen kehitystä oikeaan suuntaan jo hyvin varhaisessa vaiheessa suhteellisin pienin kustannuksin. (Väänänen-Vainio-Mattila & Wäljas, 2009.)

Hyvässä suunnittelussa täyttyy kaksi periaatetta: vastuullisuus ja jäljitettävyyys. **Vastuullisuudella** tarkoitetaan, että kaikki asianosaiset ymmärtävät päätökset ja niiden vaikutukset lopputulokseen. **Jäljitettävyydellä** tarkoitetaan, että suunnittelupäätösten taustat tulee olla dokumentoituina. Varsinkin tuotteen jatkokehityksen ja ylläpidon kannalta on tärkeä ymmärtää, mitä vaikutuksia muutoksilla on ja miten ne vaikuttavat muuhun tuotteeseen. (Sinkkonen ym. 2009, 31–35.)

3 Käyttäjakeskeisten menetelmien toteutuminen projektissa

Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa on mahdollistettava jatkuva iterointiprosessi. Jokaisella iteraatiokierroksella analysoidaan tuotteen kokonaistilanne ja suunnitellaan uusia toimintoja. Muutokset testataan ja arvioidaan niiden käytettävyyttä. Iterointiprosessin aikana käyttäjien aktiivinen osallistuminen suunnitteluun takaa onnistuneen lopputuloksen. (Gulliksen ym. 2003; Sinkkonen ym. 2009, 204.)

Kuviossa 3 on esitetty Aihe vapaa - mobiilisivuston suunnitteluprosessin eteneminen aikajanalla. Suunnitteluprojekti jaksoituu kolmeen kehitysvaiheeseen: beta, vaihe 1 ja vaihe 2. Jokainen vaihe on oma kehityssyklinsä, jonka suunnittelupäätökset perustuu edellisessä vaiheessa kerättyyn käyttäjätietoon. Tuotteen kehitystyön on tarkoitus jatkossakin edetä iteratiivisissa kehityssykleissä.



Kuvio 3. Aihe vapaa -mobiilisivuston kehitysvaiheet esitettynä aikajanalla. Kuvassa näkyy käyttäjakeskeisten menetelmien käyttö projektin eri vaiheissa.

Nimesin ensimmäisen kehityssyklin **betaksi**. Tuon jakson aikana tehdään kaikki se taustatyö, jotta sivuston betaversio saadaan rakennettua. Ajallisesti tämä jakso on noin 3 kuukautta elokuusta marraskuuhun. Projekti aloitetaan vaatimusten määrittelyllä, projektiryhmän organisoitumisella ja tavoitteiden asettamisella. Ennen prototyyppien

tekemistä käyttäjien tarpeita ja odotuksia tutkitaan keskustelupalstan havainnoilla ja käyttäjäprofiilien luonnilla (tarkemmin luvussa 4). Keskustelijoiden käyttötarpeita havainnollistetaan toimintatarinoiden avulla, joita käytetään apuna toiminnallisuuksien määrittelyssä. Kerättyjen tietojen pohjalta tehdään sivuston rautalankamallit ja visuaalinen ulkoasu (tarkemmin luvussa 6). Betasivuston avulla toteutetaan käyttäjättestaus ja -haastattelu, joiden avulla sivusto rakennetaan julkaisu kuntoon.

Aihe vapaa -mobiilisivusto julkaistiin 6.11.2013. **Vaihe 1 ja 2** ovat lanseerauksen jälkeen toteutuneita kehitysvaiheita. Vaiheissa 1 ja 2 on toteutettu käyttäjäkyselyt, joissa vastaajat ovat saaneet antaa kehitysideoita ja palautetta sivuston käytöstä. Kehitystyötä ohjaa pääosin käyttäjäkyselyiden kautta saatu tieto sekä keskustelupalstalta kerätty käyttäjäpalautte. Käyttäjäkyselyiden pohjalta tehtyyn käyttöliittymän kehitystyöstä kerron tarkemmin luvussa 6 ja tutkimustuloksista luvussa 7.

4 Vauva.fi ja Aihe vapaa

Suunnittelijan tehtävänä on etsiä tietoa käyttäjistä ja käyttötapauksia sekä ymmärtää käyttäjät osana tuotteen kehitystä. Käyttäjälähtöinen suunnittelu pohjautuu tietämykseen tuotteen kohderyhmän tarpeista ja odotuksesta. Siihen sisältyy tieto käyttäjien kielen, osaamisen ja muiden tuotteen suunnitteluun vaikuttavien asioiden selvittämisestä. (Sinkkonen ym. 2009, 65.)

Tässä luvussa kerron, miten Vauva.fi-sivuston Aihe vapaa -keskustelualue on syntynyt ja miten se on kehittynyt yhdeksi Suomen suosituimmaksi keskustelupalstaksi. Teen havaintoja keskustelupalstan kävijöistä ja keskustelujen sisällöstä Analysoimalla tehtyjä havaintoja etsin syitä keskustelupalstan suureen suosioon. Lisäksi tarkastelin helmikuussa 2014 keskustelualueen sataa suosituinta viestiä ja jaottelin ne aihepiirien mukaan. Havainnoimalla käyttäjiä ja heidän toimintatapojaan löysin erilaisia käyttäytymismalleja ja tapoja toimia palstalla. Näiden huomioiden pohjalta rakensin erilaisia käyttäjäprofileita eli persoonia ja muodostin palvelun käyttäjistä käyttäjäryhmiä suunnittelun tueksi.

4.1 Miten Aihe vapaa syntyi?

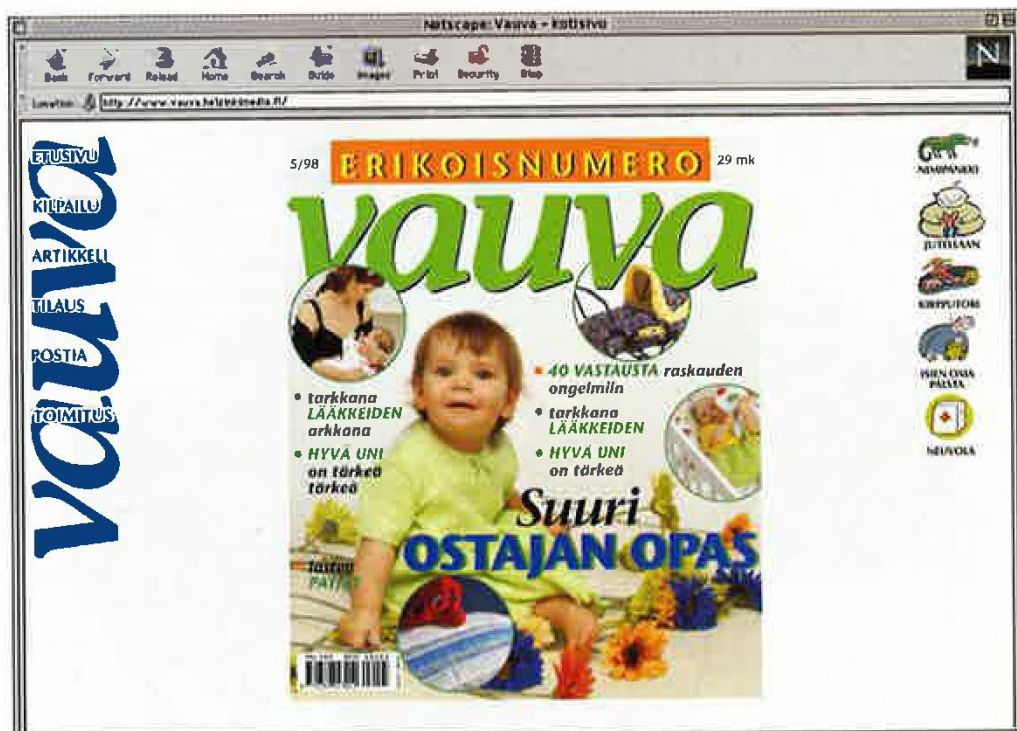
Aihe vapaa on Vauva-lehden verkkosivustolla toimiva keskustelupalsta, jossa kävijät voivat anonyymisti osallistua keskusteluun. Aihe vapaa on kasvanut yhdeksi Suomen suosituimmaksi keskustelupalstaksi. Keskustelupalsta sai alkunsa jo vuonna 1998, kun Vauvan ensimmäinen verkkosivusto avattiin. Sivujen aihepiiri oli toimituksen ja markkinoinnin yhteisesti ideoima. (Vuorio 2012.)

"Vuoden alusta Vauva avaa omat Internet-sivut. Sähkösiivuillamme voit mm. antaa meille palautetta, keskustella toisten vanhempien kanssa, osallistua kilpailuun, tehdä kysymyksiä asiantuntijoillemme ja lukea näyteartikkelin uusimmasta lehdestä. Sivuja päivitetään säännöllisesti, ja ne saavat lisäaineistoa vuoden mittaan." (Vauva 1/1998.)

Vauvan sivut löysivät nopeasti kohderyhmänsä ja suosio yllätti toimituksen. Keskustelupalsta oli aluksi nimetty Isien palstaksi. Vauva-lehti kertoo toukokuussa 1998, että Isät ovat keskustelleet mm. isyyden onnesta ja tuskasta, koliikkivauvoista ja äksyistä

vaimoista, perheen ongelmista ja ehkäisyn vastuusta, monenlaisissa äänensävyissä. Lehdessä myös mainittiin, että koska naisten oma palsta on vasta tulossa, keskusteluun on ottanut osaa myös naisia. (Vauva 5/1998.)

Aluksi ajateltiin, että toimitus editoisi kaiken keskustelupalstoille tulevan aineiston. Net-tisivut räjähtivät kuitenkin heti niin suosituksi, ettei kenenkään aika riittänyt editointiin. Netissä kävijät olivat niin kilttejä, jos jotain outoa tai sekopäistä tekstiä ilmaantui, siitä tuli pian tieto toimitukseen ja se voitiin poistaa, kertoo Pirkko Vuorio, Vauva-lehden silloinen päätoimittaja. (Vuorio 2013.)



Kuvio 4. Vauvan verkkosivulla oikeassa palstassa linkit Isien palstalle sekä Jutellaan on-line chattiin. (Vauva 5/1998.)

Äitien aktiivisuuteen vastattiin avaamalla heille maaliskuussa 1998 oma *Jutellaan*-palsta, joka näkyy kuviossa 4. *Jutellaan*-palstan nimi muutettiin myöhemmin *Vauva on-lineksi*. Kyseessä oli eräänlainen chat-tyyppinen keskustelupalsta, jossa viestit säilyivät vain vuorokauden ja viestittely tapahtui reaaliajassa. Myöhemmin *on-line* palvelu on lopetettu.

Syyskuussa 1998 Vauva-lehdessä kerrottiin, että nyt myös äidit ovat saaneet oman palstansa. Toimitus ohjeisti, että *Äitien palstalla* keskustelu käytäisiin naisten aloitteesta ja *Isien palstalla* miesten mietteistä. Aluksi keskusteluja ei myöskään arkistoitu vaan viestit poistettiin kahden viikon kuluttua julkaisemisesta. (Vauva-lehti 8/1998.)

Vuonna 2000 keskustelualueita lisättiin käyttäjien tarpeiden mukaan. Vauvaperheen käsitettä laajennettiin ja syyskuussa mukaan tulivat uudet keskustelualueet *Vauvakuume* ja *Kouluikä* sekä heti perään lokakuussa *Etsin ystävää*, *Lapsi sairastaa* ja *Seksi*. Alueita oli muodostunut jo neljätoista ja mukaan oli tullut myös *Aihe vapaa*. Kuviossa 5 on näkymä Vauva.fi keskustelupalstan etusivulta tammikuussa 2001. *Isien palsta* oli edelleen mukana, mutta muuten keskustelupalsta oli vahvasti suunnattu naisille ja koko keskusteluosio oli nimetty *Äitien palstaksi*. Keskustelijoita ohjeistettiin, että palstalla voi vaihtaa ajatuksia ja kokemuksia kaikesta, mikä lapsiperheen elämään liittyy.

vauva **ÄITIEN PALSTAT**

Tervetuloa Vauva & leikki-ikä -lehden nettisivujen Äitien palstalle!
Tällä palstalla voit vaihtaa ajatuksia ja kokemuksia kaikesta, mikä lapsiperheen elämään liittyy.

**Huom! Viestilistoissa näkyvät vain keskustelun aloitukset.
Suluissa näkyy tulleiden vastausten määrä.**

Äitien palstat:

- [Vauvakuume](#)
- [Odotus](#)
- [Synnytys](#)
- [Vauva](#)
- [Lapsi sairastaa](#)
- [Leikki-ikä](#)
- [Kouluikä](#)
- [Parisuhde ja perhe](#)
- [Seksi](#)
- [Ruoka ja lastentarvikkeet](#)
- [Terveys](#)

Muut palstat: **Isien palsta**

- [Aihe vapaa](#)
- [Etsin ystävää](#)
- [Isien palsta](#)

Mikäli toimivuudessa ilmenee huomauttamista, toivomme, että jätät meille [palautetta](#).

terveisin,
Vauvan webmaster

Kuvio 5. Näkymä Vauva & leikki-ikä -lehden nettisivujen keskustelupalstasta 24.1.2001

Hyvin nopeasti oivallettiin, että oli osuttu aihepiiriin, joka kokoaa naisia yhteen ja saa heidät keskustelemaan. Kävijämäärät kaksinkertaistuivat vuodessa ja 2000-vuoden lopussa sivusto oli jo Suomen suosituimpia. Marraskuussa Vauva-lehti uutisoi, että Vauva oli TNS Metrixin kävijämittauksessa kolmantena heti Sonera plazan ja Saunalahden jälkeen. Jälkeen jäivät mm. Duuni.net, Wow!, Kauppalehti, Iltalehti, Yle. (Vauva 11/2000.) Noin kaksi vuotta Vauva-lehden verkkosivujen avaamisen jälkeen keskustelualue oli löytänyt nykyisen muotonsa.

4.2 Aihe vapaan suosion selittäviä syitä

Nykyään Aihe vapaa on yksi Suomen suosituimmista keskustelupalstoista ja se on osa Vauva-lehden verkkosivustoa. Vauva.fi-sivustolla oli vuonna 2014 viikolla 11 yhteensä 465 249 eri viikkokävijää ja se oli TNS Metrixin viikkolistalla sijalla 17 kaikista mittauksessa mukana olevista sivustoista. Käyntejä sivustolla oli viikon aikana yli miljoona ja sivunäyttöjä yli kolme miljoonaa. Aikakauslehtien kategoriassa Vauva.fi oli mittaustulosten kärjessä ensimmäisenä (TNS Metrix 2014). Vauva.fi:n kävijämäärästä suurin osa tulee keskusteluista. Mikä sitten on se syy, miksi Aihe vapaalle tullaan aina uudestaan ja uudestaan? Luin Aihe vapaalle kirjoitettuja viestejä ja jaottelin keskusteluja teeman mukaan. Käytössäni oli sadan suosituimman keskusteluviestin lista helmikuulta 2014. Havaintojeni pohjalta löysin viisi suosiota selittävää syytä: totuttu tapa, anonyymius, yhdistävä kieli ja huumori, aihealuetta ei ole rajattu ja palstalla on aina seuraa tarjolla.

4.2.1 Totuttu tapa

Ensimmäistä kertaa Vauva.fi-sivustolle tullaan monesti silloin, kun etsitään tietoa raskeaksi tulemisesta, odotuksesta ja synnytyksestä. Tietoa etsitään sivuston artikkeleista ja keskusteluista.

Monesti elämäntilanne on muuttumassa ja muutokseen kaivataan tietoa ja kokemuksia muilta samassa tilanteessa olevalta eli vertaistukea. Vertaistuella tarkoitetaan henkilöitä, jotka elävät samassa elämäntilanteessa ja jotka jakavat jotain tiettyä kokemusta toistensa kanssa. Vertaisverkostoihin, jotka syntyvät spontaanisti esimerkiksi internetissä, osallistutaan joustavasti oman aikataulun ja kiinnostuksen mukaan. (Nylund 2005, 203.) Keskustelupalstalle kävijät muodostavat itse omia ryhmiä aiheen mukaan, mikä heitä kiinnostaa ja mistä he kaipaavat vertaistukea. Tällaisia ryhmiä on esimerkik-

si vauvasta haaveilevat vauvakuumeilijat ja odottajat, jotka tekevät ryhmiä vauvan las-
ketunajan mukaan. Tälläkin hetkellä löytyy joka kuukaudelle oma ryhmänsä esim. Hei-
näkuun helmet 2014, Maaliskuun Mussukat 2014, Toukovauvat 2014 jne. Keskustelu
näissä ryhmissä on tiivistä ja kävijät tottuvat vierailemaan sivustolla useasti, jopa monta
kertaa päivän aikana.

Hiekkalaatikon haastajat on Anne Liinamaan (2004) pro gradu -työ, jossa hän tutki
Vauva-lehden keskustelupalstaa. Tutkimuksen mukaan sivuston suurimpana ryhmänä
olivat äidit, jotka etsivät samassa elämäntilanteessa olevia äitejä, joiden kanssa he
halusivat jakaa arkisia asioita ja pulmia. Keskustelupalstalle kirjoitetuissa viesteissä
äidit odottivat muilta palstalaisilta vinkkejä ja myötätuntoa omaan arkeensa. Keskuste-
luihin osallistuminen lievitti yksinäisyyttä ja oli tapa löytää ystäviä, mutta se oli myös
kanava tiedon löytämiseen. Monia keskustelujä leimaa arkaluontoisuus ja kirjoittaja
saattaa vielä erikseen mainita, ettei ole vielä kertonut asiasta kenellekään muulle. (Li-
namaa 2004.)

Lasten kasvaessa vertaistuen tarve enää ole niin suuri, monet äidit kuitenkin tottumuk-
sesta vierailevat edelleen sivustolla. Useat Aihe vapaa -keskustelupalstalla vierailevista
ovat äitiyden myötä jääneet palstan vakiokävijöiksi. Keskustelupalstalla puhutaan mo-
nesti aiheesta, kuinka kauan käyttäjät ovat vierailleet sivustolla. Esimerkki tällaisesta
keskustelusta:

Otteita käyttäjien viesteistä palstalla:

*"Itse olen aika uusi täällä, helmikuussa löysin tämän ja heti jäin koukuun,
tiesin kyllä tästä vauva-palstasta aikaisemminkin, kun googlen kautta jos-
kus eksyin, mutta ihan "tositoimissa" vasta helmikuusta ja oikeastaan vain
täällä av:lla ja minusta on jo kyllä tullut melkoinen av-mamma. :)"*

(Kuinka kauan olet hengailut vauva-palstalla? Aihe vapaa 18.4.2013)

*"Nimimerkki "Äiti ja lapsi 18 kk" olisi tänään varmaankin "Äiti ja lapsi 150
kk" tai niillä main."*

(Kuinka kauan olet palstailu? Aihe vapaa 13.12.2013)

*"Mä olin n. puoli vuotta poissa täältä (kesällä on niin paljon muutakin te-
kemistä), ja ajattelin että nyt en enää sorru tulemaan tänne haaskaamaan
aikaani. Mutta kuinka kävikään... Kerran ajattelin "vähän" käydä kurkkaa-*

massa, ja sitten löysin jonkin kiinnostavan ketjun jota jäin seuraamaan, sitten seuraavan... ”

(Olenko ollut palstalla liian kauan? Aihe vapaa 18.10.2013)

”Vuodesta 1999 tai 2000 jolloin ensimmäinen lapseni syntyi. Välillä vähemmän ja välillä enemmän.”

(Kuinka kauan olet palstailtu? Aihe vapaa 13.12.2013)

4.2.2 Anonyymius

Nimettömänä kirjoittaminen vapauttaa kirjoittamaan arkaluontoisista asioista, joista ei muuten rohjettaisi keskustella. Nettikeskusteluissa estot häviävät ja anonyymisyys tukee keskustelua hyvinkin aroista asioista. (Donath 2000.) Kun Vauva.fi-keskustelupalstaa perustettiin, haluttiin antaa käyttäjille mahdollisuus keskustella vaikeista ja aroista aiheista nimettömästi. Aihe vapaan keskusteluihin on alusta asti voinut osallistua anonyymisti ilman rekisteröitymistä. Se on tehnyt keskustelun aloittamisen ja osallistumisen erittäin helpoksi. Samalla se on myös kasvattanut Aihe vapaan suosituimmaksi keskustelualueeksi Vauva.fi-sivuston muihin rekisteröitymistä vaativiin alueisiin verrattuna.

Aihe vapaa -keskustelupalstan käyttäjät voivat rekisteröityä ja keskustella omalla nimimerkillään. Käytännössä kukaan keskustelijoista ei esiinny palstalla nimimerkillä vaan kaikki esiintyvät ”vierailijoina”. Aiheesta puhutaan myös palstalaisten keskuudessa.

Kysymys palstalla:

”Miksi kovin harva rekisteröi tänne nimimerkkiä?”

Ymmärrän että ihmiset haluaa kirjoittaa anonyymeinä, mutta eihän se nimimerkki paljastaisi keitä me ollaan :)

”Musta olisi jotenkin kiva kun kaikki kirjoiteltais nimimerkeillä, oppisi ”tunnustamaan”/tunnistamaan kirjoittelijoita paremmin :)”

Vastauksia

”Nimenomaan kun kukaan ei halua tunnustautua keneksikään.”

”Tämä on yksi harvoja keskustelupalstoja, jossa ei tarvitse keksiä itselleen mitään nimimerkkiä. Anonyyminä keskustelu on av:n suola.”

*”Toisekseen itse voin kirjoitella monenlaisista aiheista, olisi varmaan aika outoa ja samalla hupaisaa, kun ensin kirjoittaisin kokemuksiani ruokakau-
poista ja seuraavassa ketjussa jo seksikokemuksia.”*

”Rekisteröitymisessä näen kaksi huonoa puolta. 1. Ei rohkene kommentoida ja aloittaa aiheita viestejä yhtä helposti, kun pelkää leimautuvansa tietynlaiseksi keskustelijaksi. 2. Kirjoittajan eri viestien sisältöä yhdistelemällä voi helpostikin arvata henkilön nimimerkin takaa. Itsekin olen kirjoitellut tänne anonyyminä juttuja, josta minut tunnistaa eikä se haittaa, mutta myös sellaisia asioita, joista en halua minua tunnistettavan!”

(Miksi kovin harva rekisteröi tänne nimimerkkiä? Aihe vapaa 17.3.2014)

4.2.3 Yhteinen kieli ja huumori

Yhteisölle muodostuu oma kieli, joka liittää yksilöt yhteen. Yhteisö alkaa käyttää kieltä omalla tavallaan. Yhteisön kieli elää ja siihen tulee vaikutteita kuten yksilönkin kielen käyttö. Yhteisön kieleen vaikuttavat mm. media, muut yhteisöt ja lähipiiri. Yhteisö omaksuu vaikutteet oman arvomaailman ja kiinnostuksen mukaan. Kieli on ryhmän dynamiikkaan vaikuttava tekijä. (Barton & Hamilton 1998, 7.)

Keskustelijoiden luoma yhteinen kieli on tärkeä osa yhteisöllisyyttä. Keskusteluryhmissä syntyy helposti omanlaisensa kieli, jonka merkityksen ainoastaan ryhmään kuuluvat ymmärtävät. Oma kieli ja yhteinen huumori lisäävät yhteenkuuluvaisuuden tunnetta. Omalla kielellä ja lyhenteillä luodaan keskusteluryhmän oma kulttuuri ja pelisäännöt (Gurak 2000.) Aihe vapaallakin ovat käyttäjät muodostaneet omia sanoja ja sanontoja, joita aktiivisesti palstalla olijat käyttävät. Tällaisia sanoja ovat mm.

<i>vierailija</i>	anonyymisti kirjoittavan nimimerkki
<i>av-mamma</i>	palstalla aktiivisesti osallistuvan henkilön tyyppihahmo
<i>provo</i>	viesti, jonka tarkoitus on provosoida muita vastaamaan
<i>porvoo</i>	viesti, jonka tarkoitus on provosoida muita vastaamaan
<i>ap</i>	alkuperäinen kirjoittaja
<i>up</i>	käytetään, kun halutaan nostaa jokin keskustelu jälleen näkyviin uusimpien viestien joukkoon
<i>nosto</i>	käytetään samoin kuten termiä up

<i>wt</i>	palstalla käytetty haukkuma termi, jota käytetään niin ilmiöistä, asioista kuin ihmisistäkin. Tulee sanoista white trash
<i>Reps</i>	tarkoittaa ääneen nauramista
<i>Kops</i>	tarkoittaa tuoilta tippumista
<i>Lassukka</i>	käytetään haukkamanimenä miehestä, joka on hieman rep-pana
<i>Jssap</i>	Jätä Se Sika Ansaitset Parempaa...

Myös keskusteluketjujen muoto noudattaa monesti palstalle muodostuneita pelisääntöjä. Yksi suosituimmista on antaa muiden kysyä itseltään jostain asiasta esim. *Olen poliisin vaimo. Haluatko kysyä jotain? Olen toinen nainen, haluatko kysyä jotain?* Toinen tyypillinen viestiketjun aloitus on gallupkysymykset, joita keskustelijat tekevät toisilleen. Yleensä gallup erotetaan muista viesteistä isolla G-kirjaimella esim. *G:Suurin ongelmasi tällä hetkellä? G: Oletko kokeillut huumeita? G: Mikä olisi summa joka saisi sinut harrastamaan seksiä maksusta ja joka viikonloppu toistuva G:Mitä lasissa?*

Aihe vapaalla on monia unohtumattoman hauskoja keskusteluketjuja, joihin palataan aina uudestaan. Monesti hauskuus syntyy väärinymmärryksistä tai tahattomasta tilanekomiikasta. Käyttäjät muistelevat näitä keskusteluja monesti ja kaikki palstalaiset tietävät mistä on kyse. Esimerkkinä tällaisesta on keskustelun aloitus *"Mitä teen? Huomasin että mieheni on narsissi!"* Keskusteluviestin kirjoittaja on tehnyt kirjoitusvirheen ja hänen olisi pitänyt kirjoittaa *narsisti*. Seuraava vastaa *"Mun mies on hyasintti, kaikki kukkaset ansaitsee tilaisuuden."* Viestiin tuli yhteensä 299 vastausta ja viestiketju on luettu 133 263 kertaa. Sitä on myös suositellut Facebookissa yli 2 000 ihmistä. (Mitä teen? Huomasin että mieheni on narsissi! Aihe Vapaa Vauva.fi 15.8.2011)

Palstailijat osaavat nauraa myös itselleen. Monesti he aloittavat rakentamaan AV-mamman elämästä tarinaa *Millaiset olisivat AV-häät? Millainen on AV-mamman mies-sankari? Mitkä olis AV-palstan sketsihahmot?* Alla tyypillinen esimerkki tällaisesta keskusteluketjusta.

VIESTIKETJUN ALOITUS:

Keksi aloitus menneiden vuosikymmenien/satojen/tuhansien av-palstalle!
"Nykyään kuohuttaa blogistit, Satuhäät ja pimppikarvat, mutta millaisia olisivat olleet menneiden aikojen aiheet av-palstalla? Oliko rockin kuuntelu pilannut teinin elämän? Kohahduttiko naapurin kevytkenkäinen rouva pukeutumalla nilkkapituiseen hameeseen? Oliko Jeesus Jerusalemin mungoanna?"

Eikun mielikuviutus laukkaamaan, mammat!”

VASTAUKSIA:

”Ostamme tytölle tekohampaat rippilahjaksi. Kysyttävää?”

”Aatami ei ole lainkaan minun tyyppiäni, kuinka kerron asiasta Jumalalle?”

”Sain vakipaikan KOP:sta!! Loppuelämän työpaikka on varma :)”

”Tuo Saksan uus valtakunnankansleri on kyllä tosi hyvä puhelahjoiltaan, mutta jokin siinä tökkii..? Oisko noi viikset? Onko se teidän mielestä karismaattinen vaiko vähän creepy?”

*”Käly saa lehmästään enemmän maitoa irti, anoppi moittii mua :/
AV-väki, nyt lypsytekniikkavinkkejä pinoon?”*

(Keksi aloitus menneiden vuosikymmenien/satojen/tuhansien av-palstalle!
Vauva.fi)

4.2.4 Aihealueena kaikki

Aihe vapaan keskustelun aiheita ei ole rajattu, vaan siellä saa keskustella kaikesta. Keskusteluissa harvemmin puhutaan enää raskauteen tai vauvoihin liittyvistä asioista. Aiheita ovat muun muassa ajankohtaiset tapahtumat ja uutiset, parisuhde, julkisuuden henkilöt ja tv-ohjelmat jne. Listasin 100 suosituinta keskusteluviestiä helmikuulta 2014 ja jaottelin ne aihealueittain. Viesteistä ainoastaan 11 % liittyi suoraan raskauteen tai lapsiin ja 24 % perhe- ja parisuhteeseen. 23 % viesteistä oli tv-ohjelmiin ja julkisuuden henkilöihin liittyviä. Keskusteluviestit jotka liittyvät käyttäjään itseensä oli 10 %. Tällaisia olivat esimerkiksi kysymykset, joissa kysyttiin mielipidettä ulkonäköön tai painonhallintaan liittyvissä asioissa. Monesti viesteissä haluttiin vertaistukea muilta keskustelijoilta ja kuulla heidän kokemuksiaan samasta tilanteesta. Suurimpana ryhmänä 32 % eli noin kolmannes palstan keskusteluviesteistä oli yleisistä tai ajankohtaisista aiheista aloitettuja keskusteluita. Nämä keskustelut liittyivät mm. päivän tapahtumiin, kysymyksiin rahan käytöstä ja työelämään liittyvistä asioista. Esimerkkinä tyypillisistä keskusteluista ja suosituimmista aiheista kokosin Google Analytics -tilastojen avulla kymmenen suosituimman keskusteluketjun otsikot helmikuulta 2014.

1. *Törkee kassaneiti kaupassa! Huuteli miehelleni että täällä on vapaa kassa!*
2. *Miina Maasola on kuollut*
3. *Satuhäät 3.2.*
4. *Stubb ja Putous-linan rinnat, mielipiteitä?*
5. *Mua hävettää nykyajan nimet!! Kerro kauhein "uusi"-nimi minkä olet kuullut*
6. *Pahimmat mokat mikä asiakaspalvelija sanonut*
7. *Mies syö lapsen vanukkaat!!*
8. *Pakko avautua, "parinvaihto" pilasi elämäni*
9. *Voi nolous! Elämäsi NOLOIN kokemus?*
10. *Mitä mieltä Jere Karalahden uudesta tyttöystävästä?*

Käsiteltävien aiheiden laaja aihepiiri ja viestien valtava määrä tuo sivustolle hakukoneiden kautta paljon liikennettä. Hakukoneiden kautta sivustolle tulevat ihmiset ovat enemmänkin satunnaisia vierailijoita eivätkä kuulu ns. ydinryhmään. Hakukoneet ovat tuoneet sivustolle paljon kävijäliikennettä ja kävijämäärät ovat viime vuosina edelleen kasvaneet, mutta sivustolla vietetty aika ja sivulatausmäärät taas ovat laskeneet. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että Vauva.fi-sivustolla vierailee nykyään paljon muitakin ihmisiä kuin vain perheenäitejä. He etsivät tietoa jostakin tietystä aiheesta ja siirtyvät tämän jälkeen pois sivustolta.

4.2.5 Aina seuraa

Vauva ei nuku koskaan, vaan palstalta löytyy aina keskusteluseuraa. Vuorokaudessa palstalle tulee keskimäärin yli 5 000 viestiä. Google Analyticsin kautta voimme seurata palstan kävijämääriä tunneittain. Yön hiljaisimpinakin hetkinä kello 3-4 aikaan palstalla on yli 300 kävijää paikalla.

Keskustelijoiden valtava määrä tarkoittaa myös sitä, että palstalla saat nopeasti vastauksen kysymyksiin. Aihe vapaalla kysytään monesti sellaisia kysymyksiä, joihin vastauksen voisi etsiä helposti verkosta hakukoneiden avulla kuten aukioloaikoihin tai ruokareseptejä liittyvää. Esimerkiksi viestissä *Parsakaali on tarjouksessa, mitä siitä valmistaisi?* Kysyjä saa vastauksen neljässä minuutissa *Tee juustoinen gratiini, sosekeitto tai wokki. Voi myös pilkkoa käyttövalmiiksi pakkaseen, jos ei jaksa heti syödä.* (Parsakaali on tarjouksessa, mitä siitä valmistaisi kaikkea? Aihe vapaa Vauva.fi.)

4.3 Käyttäjäprofiilit

Käyttäjäprofiilit eli persoonat luodaan käyttäjäryhmien pohjalta. Käyttäjäprofiilissa kuvataan tiivistetysti käyttäjäryhmälle tyypillisiä ominaisuuksia, mutta myös eroavaisuuksia muihin ryhmiin verrattuna. Kun persoonien avulla kuvataan miten jokin käyttäjäryhmä toimii, sitä kutsutaan tarinaksi. Tarinoiden avulla saadaan ymmärrys eri käyttäjäryhmien palvelun käyttötavoista. (Sinkkonen ym. 2009, 66–69, 135.)

Havainnoimalla keskustelualueen viestejä ja tutkimalla palvelun kävijäliikenteen mittauksia löytyi viisi erilaista käyttäjäryhmää. Käyttäjäryhmien pohjalta muodostuivat käyttäjäprofiilit eli persoonat. Käyttäjäprofiilit nimettiin kuvaamaan käyttäjäryhmän roolia sivustolla ja persoonista tehtiin tiivistetyt kuvaukset. Koska käytössä ei ollut käyttäjien taustatietoja, haluttiin kuvauksista jättää pois kaikki demografiatietoihin liittyvät määritteet. Persoonien rakentamisessa huomioitiin käyttäjäryhmän tarpeet ja odotukset sekä tapa toimia keskustelupalstalla. Alla kuvaus viidestä eri käyttäjäprofiilista.

1. AV-mamma

AV-mamma on palstan selkäranka, jota ilman keskustelut eivät pyörisi. AV-mamma vierailee sivustolla useita kertoja päivässä ja yleensä aikaa vierähtää yli 10 minuuttia kerralla. AV-mamma jakaa oman perhe- ja ihmissuhde-elämän muiden palstalaisten kanssa ja on valmis opastamaan myös muita vastaavissa tilanteissa. AV-mamma kokee palstan ystäväkseen, jonka kanssa viihdytään ja vietetään aikaa.

2. Vertaistuen hakija

Vertaistuen hakija etsii tietoa itselle tärkeästä asiasta. Hän haluaa kuulla muiden mielipiteitä ja kokemuksia asiasta, ennen kuin tekee oman ratkaisunsa. Monesti aihe on niin arkaluonteinen, ettei hän halua kysyä neuvoa omilta ystäviltään tai kumppaniltaan. Vertaistuen hakija ei välttämättä vieraile sivustolla säännöllisesti, mutta hän tietää sivuston ja tunnistaa Aihe vapaan. Suurin motivaatio tulla sivustolle on sen käytön helppous ja mahdollisuus keskustella nimettömänä.

3. Provoilija

Provoilija kuuluu Aihe vapaan vakiokalustoon, joka hakee itselleen viihdettä kirjoittamalla provokatiivisia viestejä. Provoilija nauttii saadessaan aikaan kuohuntaa keskusteluissa. Provoilija tyypillisesti joko keksii uskomattomia tarinoilta tai käy kommentoimassa muiden keskusteluja esimerkiksi esiintyen valheellisesti viestin

alkuperäisenä kirjoittajana. Provoilija tietää mistä palstalaiset hermostuvat ja mitkä aiheet saavat keskustelua aikaiseksi. Provoilijakin viettää siis varsin paljon aikaa sivustolla, mutta välttämättä vierailut eivät ole kovin säännöllisiä.

4. Taustailija

Taustailija vierailee sivustolla säännöllisesti ja hän on saattanut olla jo vuosia palstan kävijä. Hän ei välttämättä osallistu keskusteluihin kirjoittamalla, mutta saattaa ”peukuttaa” osuvia kommentteja. Taustailija hakee palstalta ajanvietettä ja käy paljolti tottumuksesta seuraamassa keskusteluja. Yksi motivaatio keskustelupalstalla vierailulle on tirkistely toisten ihmisten elämään. Yleensä hän on harmiton ja muille keskustelijoille näkymätön persoona.

5. Satunnainen kävijä

Satunnainen kävijä löytää useimmiten tiensä sivustolle hakukoneiden kautta. Hän ei tietoisesti ole hakeutunut Aihe vapaalle, eikä välttämättä edes tunnista brändiä. Saattaa osallistua keskusteluun kysyäkseen tietoa aiheesta, johon ei muuten sivustolta löytänyt vastausta.

Myöhemmin voidaan täydentää käyttäjäprofiilien taustatietoja käyttäjätutkimuksesta saaduilla lisätiedoilla. Tässä vaiheessa en halunnut käyttää arvailuun perustuvaa tietoa persoonien rakentamisessa.

5 Käyttäjien siirtyminen mobiiliin

Suomalaisten arki ja ajankäyttö muuttuu mobiilin käytön yleistymisen myötä. Muutos näkyy käyttäjien tarpeissa ja odotuksissa verkkopalveluita kohtaan. Mobiilin käytön yleistymisen vaikuttaa myös Aihe vapaa -keskustelupalstan käyttötavan muuttumiseen. Käyttäjätarpeeseen vastaaminen on tärkeä osa tuotekehitystä.

5.1 Mobiilin käytön lisääntyminen

Puhelinta käytetään nykyään arjessa monipuolisemmin kuin koskaan ennen ja erityisesti Internetin mobiilikäyttö kasvaa voimakkaasti. Vuonna 2013 joka kolmas suomalainen internetin käyttäjä eli 32 % käytti nettiä puhelimella. Vastaava osuus vuonna 2010 oli 17 %. Asia käy ilmi Yleisradion teettämässä tutkimuksessa Suomalaiset verkossa 2013. (Yle 2013.)

Mobiilikäytön kasvun jatkumisesta kertoi Sanoman tekemä tuore tutkimus huhtikuussa 2014. Tutkimus perustui Sanoman palveluista koottuun käyttäjätietoon. Sanoman palveluissa kaikesta liikenteestä 52 % oli peräisin älylaitteista. Tutkimus kertoo, että mobiililaitteilla käytetään mediasisältöjä hyvin monipuolisesti ja erityisesti rinnakkaiskäyttö eri medioiden kesken kasvaa. Tutkimuksessa mukana olleista 15–69-vuotiaista suomalaisista 64 % käytti älypuhelinta, kun vastaava luku vuosi sitten oli 50 %. Tutkimustuloksista nostettiin erityisesti esille mobiilin käyttötarkoituksen muuttuminen. Selkeästi oli nähtävissä, että alle 45-vuotiaat käyttivät mobiilia viihdetarkoitukseen ja yli 45-vuotiailla korostui hyödyn tavoittelu. (Sanoma 2014.)

Mobiilin käytön vaikutukset näkyvät vahvasti arjessa. Internetin käyttö ei enää ole aikatäi paikkasidonnaista. Rajoitteiden häviäminen muuttaa ja mahdollistaa uudenlaiset netin käyttötavat. Suomalainen Arki 2011 -tutkimussarjan yhdeksi päähuomioksi nousi suomalaisten loppoajan katoaminen. Mobiili tuo palvelut ja viihteen sinne, missä ihmiset ovat. Loppo aika, kun istumme bussissa tai odotamme jotain, täyttyy mobiilin tarjoamilla palveluilla. Miehillä mobiilin käytössä korostuivat ”kovat” asiat, kuten sähköpostin lukeminen ja uutiset, naisilla vastaavasti yleisintä oli sosiaalisen median seuraaminen. (Mattila, Palmu & Härmä 2011.)

5.2 Mobiilisivu, sovellus ja responsiivinen sivusto

Matkapuhelimia käytetään useasti erilaisten verkkosivustojen selailuun, joita ei ole suunniteltu pienillä näytöillä käytettäväksi. Kun pienellä näytöllä käytetään suurille näytöille suunniteltua verkkosivustoa, syntyy käytettävyyso ongelmia. Näitä ongelmia ovat esimerkiksi sisältöjen paikannettavuus sivustolla, sivun vierityksen hankaluus pitkissä sivupohjissa sekä sisällön heikko luettavuus. Jos sivusto on käyttäjälle ennestään tuttu, se auttaa häntä navigoimaan helpommin myös mobiiliselaimella. Mobiililaitteissa käytettäviä selaimia kehitetään ottamaan näitä asioita huomioon. (Shrestha 2007.) Selainten kehityksen avulla saavutetut parannukset käytettävyydessä eivät kuitenkaan yksistään riitä hyvän käyttökokemuksen luomiseen. Yhä useammin pienille näytöille suunnitellaan oma mobiilinäkymä. Mobiilipalvelun toteutukseen on olemassa kolme erilaista vaihtoehtoa. Mobiilioptimoitu sivusto voidaan toteuttaa joko omana erillisenä mobiilisivuna tai responsiivisesti eli mukautuvaksi suunnitellulla verkkosivuilla tai natiivi sovelluksena.

Erillinen **mobiilioptimoitu sivusto** on suunniteltu erityisesti mobiililaitteiden (älypuhelimet, tabletit) käyttäjiä varten. Tällöin palvelulla on kaksi sivustoa (normaali ja mobiili), jotka eivät välttämättä sisällä esimerkiksi yhteistä lähdekoodia. Takana oleva teknologia on yleensä ainakin osittain samaa. Mobiilisivusto on selainpohjainen ja yleensä se on html-kuvauskielellä toteutettu. **Responsiivisella** eli mukautuvaksi suunnitellulla sivustolla tarkoitetaan käyttöliittymän suunnittelua kaikille eri päätelaitteille, jonka ulkoasun esitystapaa vaihdetaan tilanteen mukaan. Yleisesti responsiiviset sivustot on toteutettu html5-kuvauskielellä. **Mobiilisovellus** taas on erillinen ohjelmisto, joka täytyy erikseen ladata ja asentaa sovelluskaupasta. Nämä natiivit sovellukset tehdään laitetta tukevilla ohjelmistokielillä. Laitteistot eivät ole yhteensopivia, vaan Android, iOS ja Windows tarvitsevat jokainen omaa ohjelmointiympäristöä. Käytännössä joka laitteelle täytyy tehdä oma sovellus. (Leisiö 2012; Häkkinen 2013.)

Mobiilioptimoitujen sivuston ja applikaatioiden ominaisuuksien välillä on paljon eroja. Toteutustavan valinta riippuu käyttötarkoituksesta ja sisällöstä. Merkittävimmät eroavaisuudet voidaan jaotella kuuteen osa-alueeseen: saatavuus, käytettävyys, jaettavuus, päivitettävyys, maksullisuus ja löydettävyys.

- **Saatavuudella** tarkoitetaan sivuston tai applikaation saatavuutta erilaisilla mobiililaitteilla. Mobiilisivustot ovat kaikkien mobiililaitteiden saatavilla, missä on käytössä verkkoyhteys. Sovelluksesta taas täytyy tehdä oma versio käyttöjär-

jestelmälle sopivaksi (iOS, Android, Windows). Sovellus mahdollistaa sisällön lataamisen laitteelle, jolloin se on saatavilla ilman verkkoyhteyttäkin.

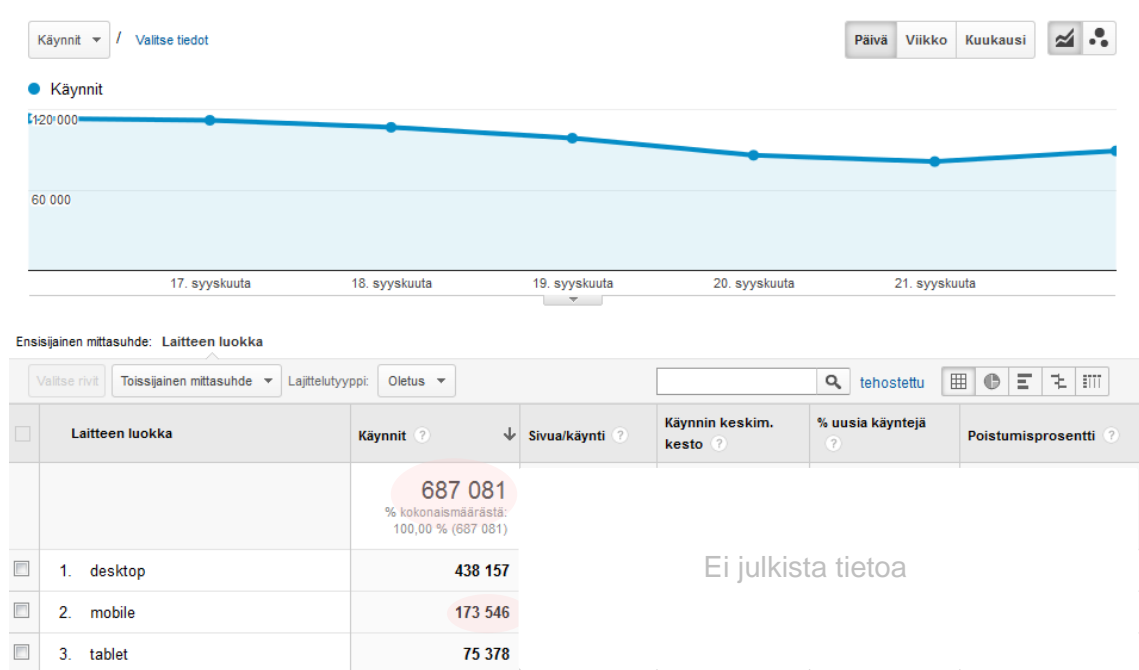
- **Käytettävyyttä** mietittäessä mobiilisivusto on heti käytettävissä selaimen kautta. Sovellus täytyy ennen käyttöönottoa ladata ja asentaa. Toisaalta mobiilisivusto vaatii aina internet-yhteyden, kun taas sovellukset voidaan rakentaa toimimaan yhteydettömässä tilassa, jolloin sen käyttö ei vaadi jatkuvaa nettiyhteyttä. Monesti sovellus koetaan henkilökohtaisemmaksi ja toiminnoilla voidaan vahvistaa henkilökohtaisuutta. Sovelluksessa voidaan myös hyödyntää laitteen omia ominaisuuksia kuten paikannustietoja tai lähettää palvelukohtaisia viestejä käyttäjälle.
- **Jaettavuudella** tarkoitetaan sisällön jakamista muualla verkossa. Mobiilisivustolla oleva sisältö voidaan helposti jakaa esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Tämä ei sovellusten kohdalla aina ole mahdollista. Mobiilisivustolle kävijäliikennettä saadaan ohjattua myös hakukoneiden kautta, joka taas ei ole mahdollista applikaatioissa.
- Palvelun **päivitettävyyttä** on yleensä helpompaa ja nopeampaa tehdä mobiilisivustolle. Sovelluksissa päivitykset täytyy tehdä jokaiseen versioon erikseen. Mobiilisivustolle tehtävät päivitykset tulevat näkyviin heti. Sovelluksissa päivityspaketit hoidetaan eri jakelukanavien kautta.
- **Maksullisuuden** merkitys mobiilioptimoitun sivuston ja sovelluksen välillä riippuu pitkälti siitä, mitkä ovat tuotteen liiketoiminnalliset tavoitteet ja miten maksullisen tuotteen ostopolku on suunniteltu toteutettavaksi. Sovellukset itsessään voivat olla maksullisia tai niihin ostettavasta sisällöstä maksetaan erikseen. Sovellukset myös mahdollistavat erilaiset mikromaksut esimerkiksi peleissä erilaisten lisäosien tai toimintojen ostamisen.
- **Löydettävyys** määrittää paljon millainen toteutustapa kannattaa valita. Mobiilisivusto on parempi vaihtoehto silloin, kun halutaan julkaista sisältöä verkossa. Verkossa oleva sisältö löytyy hakukoneiden kautta ja käyttäjät pääsevät jakamaan sisältöä sosiaalisessa mediassa. Sovellus kannattaa taas valita silloin, kun taas halutaan tarjota käyttäjälle erityisen hyvän käyttökokemuksen ja sisältö ei vaadi jatkuvaa internet-yhteyttä. (Avonius 2013; Häkkinen 2012; Kuisma 2012.)

Aina mobiilioptimoitua sivustoa ja applikaation toteutusta ei kannata asettaa vastakkain vaan useimmiten ne täydentävät toisiaan ja tuovat lisäarvoa. Mobiilisivusto on tarkoitettu käyttäjille, jotka tulevat sivustolle suoraan verkko-osoitteeseen tai hakukoneiden kautta. Sovellus puolestaan sopii parhaiten tuotetta usein käyttäville. Tekniikan kehitty-

essä erillisistä mobiilisivustoista tulee yhä enemmän sovellusten kaltaisia ja raja näiden kahden välillä kapenee.

5.3 Miksi Aihe vapaan pitäisi olla mobiiliissa?

Aihe vapaa -keskustelupalstan kävijäanalytiikan kehityksessä voidaan nähdä mobiilikäytön raju kasvu. Kuviossa 6 on näytetty Google Analytics -ohjelmalla mitatut kävijäseurannan luvut viikon ajalta 16.–22.9.2013. Vauva.fi-sivustolla oli tuolla viikolla lähes 700 000 käyntiä, joista noin 25 % oli tehty mobiililaitteilla ja noin 10 % tabletilla. Vauva.fi-sivusto on suunniteltu vain pöytäkoneella käytettäväksi, eikä eri päätelaitteita ole huomioitu suunnittelussa. Sivustoa on erittäin hankala ja hidas käyttää esimerkiksi pöytäkoneelle suunniteltujen mainosratkaisujen vuoksi. Mobiilikäyttäjien sivustolla viettämä aika on lähes 20 % lyhyempi kuin pöytäkoneella sivustoa käyttäneiden. Samoin sivulausmäärät jäävät selkeästi alle sivuston keskiarvon. Tämä voidaan tulkita merkiksi sivuston huonosta käytettävyydestä mobiililaitteilla.



Kuvio 6. Eri päätelaitteilla tehdyt käynnit Vauva.fi-sivustolla ajalla 16.-22.9.2013.

Halusimme vastata käyttäjien tarpeeseen ja tarjota mahdollisuuden käytettävyydeltään parempaan palveluun myös mobiililaitteilla. Ratkaisuun lähteä mobiilisivuston tekemiseen vaikutti kolme eri näkökulmaa.

1. Käyttäjien tarpeeseen vastaaminen - halusimme tarjota käyttäjille mielekkäämmän tavan käyttää palvelua ja osallistua keskusteluihin.
2. Brändin vahvistaminen - brändin kannalta on tärkeä olla läsnä eri kanavissa.
3. Kaupallinen kiinnostavuus - mobiilisivusto on tärkeä ja houkutteleva kanava mainostajien kannalta.

Aihe vapaa -keskustelupalstan toteuttaminen responsiivisesti ei ollut mahdollista. Nykyistä Vauva.fi-sivustoa ei ole suunniteltu mukautuvaksi, joten koko sivustoa koskeva uudistus ei ollut mielekäs vaihtoehto. Vaihtoehtona oli siis erillinen mobiilisivusto tai natiivin sovelluksen tekeminen. Koska tavoitteena oli tehdä käyttäjien kanssa yhdessä kehitettävä tuote, jossa muutosten tekeminen ja päivittäminen tapahtuisi nopeasti, päädyimme ensi vaiheessa toteuttamaan keskustelupalstan erillisenä mobiilisivustona. Muita merkittäviä tekijöitä oli sisällön jaettavuus eli keskusteluja täytyy voida jakaa muualla verkossa. Kolmas merkittävä tekijä oli löydettävyys eli sivuston on oltava hakukoneiden kautta löydettävissä.

6 Käyttöliittymäsuunnittelu

Käyttöliittymän suunnittelu jakautuu toiminnallisuuksien kuvaamiseen ja visuaaliseen suunnitteluun. Aihe vapaa -mobiilisivuston käyttöliittymäsuunnittelu voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: beta, vaihe 1 ja vaihe 2. Beta-vaihe tapahtui ennen palvelun julkaisua, jolloin suunnittelutyötä ohjasi käyttäjähaastattelut ja -testaukset. Vaihe 1 ja 2 olivat julkaisun jälkeen toteutuneita kehitysvaiheita, joissa suunnittelun pohjana oli käyttäjäkyselyistä saatu tutkimustieto.

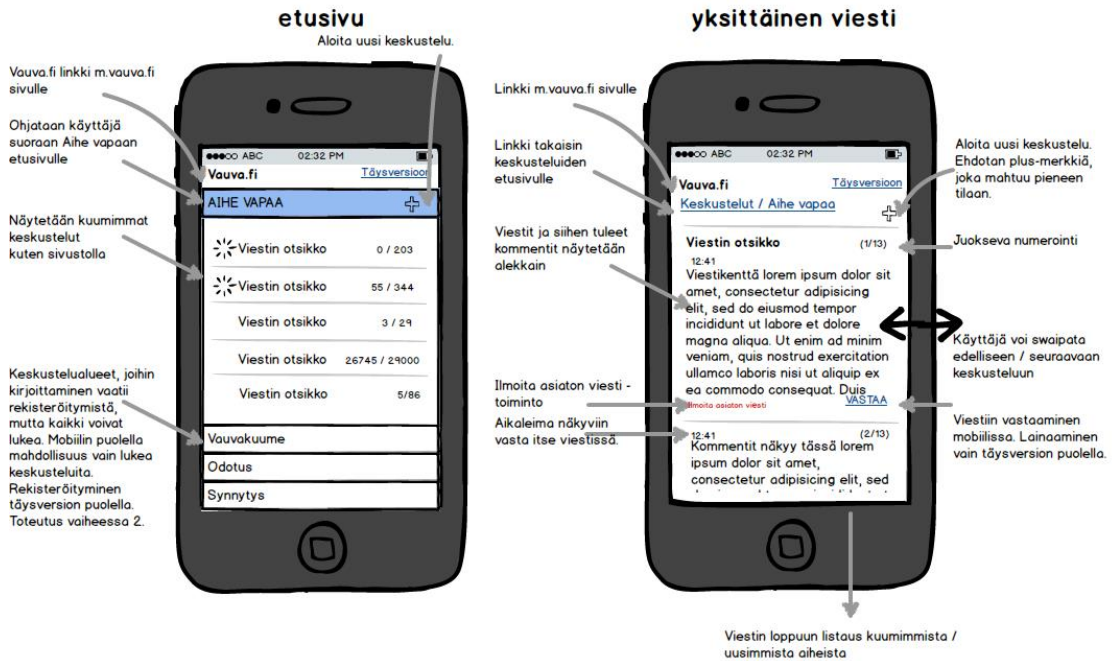
6.1 Toiminnallisuuksien suunnittelu

Toiminnallisuuksien suunnittelussa on hyvä aloittaa prototyypeillä, joilla voidaan kevyesti testata konseptuaalisia ratkaisuja ilman raskasta ja kallista kehitystyötä. (Gulliksen ym. 2003). Prototyypin ohella muita menetelmiä vastuullisen suunnittelun eteenpäin viemiselle ovat muun muassa persoonien käyttö, erilaiset toiminta- ja käyttötarinat sekä tarinoiden visualisointi kuvatarinoilla. (Sinkkonen ym. 2009, 31–35.) Aihe vapaa -mobiilisivuston prototyypin suunnittelussa käytin apuna toimintatarinoita. Niiden avulla hahmotin käyttäjien erilaisia käyttötilanteita ja -tapoja palvelussa.

Suunnittelutyössä käytetyt tarinat ovat tiivistettyjä kuvauksia siitä, miten eri persoonat eli tietty käyttäjäryhmä toimii. **Toimintatarinoissa** kuvataan, miten eri käyttäjäryhmät ovat tottuneet toimimaan olemassa olevassa palvelussa. Toimintatarinoiden luomiseen tarvittava tieto saadaan käyttäjäprofileista. **Käyttötarinoissa** taas kerrotaan, miten käyttäjien ajatellaan toimivan uudessa palvelussa. Käyttötarinat auttavat paremman toimintatavan suunnittelussa. Erityisesti vanhan palvelun uudistamisen yhteydessä toimintatarinoiden merkitys korostuu. Hyvän tarinan avulla suunnittelija ymmärtää käyttäjän pyrkimykset ja voi ratkoa ongelmakohtia. (Sinkkonen ym. 2009, 135–141.)

Toimintatarinat auttoivat Aihe vapaan -mobiilisivuston rautalankamallien suunnittelussa. Toimintatarinoiden kautta hahmottui, mitkä asiat olivat käyttäjille tärkeitä ja suunnittelussa voitiin keskittyä näihin toimintoihin. Toimintoja on tarkoitus jatkossa monipuolistaa käyttäjiltä saadun palautteen pohjalta.

m.vauva.fi/aihevapaa



Kuvio 7. Ensimmäisiä rautalankamalleja Aihe vapaan -mobiilisivustosta.

Rautalankamallit ovat sivuston toiminnallinen kuvaus, jotka konkretisoivat idean. Rautalankamallien pohjalta edetään prototyyppien tekemiseen. Malleja suunnitellaan iteroiden, jossa prototyyppien kautta siirrytään kohti hyvää lopputulosta. Mallit toimivat dokumentaationa ja tukevat jäljitettävyyden periaatetta. (Sinkkonen ym. 2009, 203.) Kuviossa 7 on esimerkki Aihe vapaa -mobiili-sivuston rautalankamallista.

Käyttöliittymän suunnittelussa mobiililaitteille tulee huomioida erilaiset käyttötilanteet ja -ympäristöt. Näiden tekijöiden vaikutusten ennalta arvioiminen on haastavaa. Mobiililaitteille suunnittelussa on otettava huomioon esimerkiksi käyttöympäristön valaistus, häiritsevät äänet ja muut ihmiset sekä yksityisyys. (Arhippainen, 2009.)

Kosketusnäytölliset laitteet vaativat erilaista käyttöliittymäsuunnittelua. Pöytäkoneella tai kannettavalla tietokoneella käytettäväksi suunnitellussa palvelussa informoidaan käyttäjälle kursorin välittämällä viesteillä interaktioista. Käyttäjän viedessä kursorin elementin päälle hänelle voidaan näyttää ohjetekstejä. Väreillä viestitään aktiivisista elementeistä esimerkiksi painikkeen väri vaihtuu, kun sen päälle vie hiiren kursorin. Kosketusnäytöllisissä laitteissa ei tätä mahdollisuutta ole. Interaktioiden suunnittelussa

tämä täytyy ottaa huomioon. Kosketusnäytöille suunniteltaessa valikoiden ja linkkien tulisi olla selkeästi merkittyjä ja aktiivisten painikkeiden viestiä ilman hiiren osoittimen tarjoamaan vihjettä. Hiiren osoittimella liikkuminen sivustolla on tarkempaa kuin sormella käyttäessä. Suunnittelussa täytyy ottaa huomioon, että painikkeet ja linkit ovat riittävän suuria ja niiden ympärillä on riittävästi tilaa. Kun suunnitellaan mobiilissa toimivaa palvelua, emme myöskään voi tietää missä käyttöympäristössä tuotetta käytetään. (Kemm 2010; Sierra 2012; Nielsen 2013.)

6.2 Visuaalinen suunnittelu

Käyttöliittymän visuaalisuudella on kaksi tärkeää tehtävää. Ensimmäinen tehtävä on sisällön ymmärrettävä esittäminen, joka mahdollistaa käyttäjän toimimisen sivustolla. Ulkoasu auttaa käyttäjää jäsentämään ja ymmärtämään asioita. Tätä kutsutaan **visuaaliseksi käytettävyydeksi**. Toinen tehtävä on luoda palvelun kokonaisilme. Kokonaisilmeellä viestitään brändin välittämiä arvoja. Kokonaisilme muodostuu väreistä, muodoista ja typografiasta. (Sinkkonen ym. 2009, 242–250.)

Ulkoasun suunnittelulle voidaan nimetä kolme pääperiaatetta:

1. Elementtien tulee tukea visuaalista kokonaisuutta, jotta ilmeestä tulee yhtenäinen
2. Ulkoasun tulee kertoa, mihin käyttäjän tulee kiinnittää seuraavaksi huomiota eli ohjata käyttäjän toimintaa
3. Visuaalisuuden tulee tukea käyttäjän kokemaa vuorovaikutusta tuotteen käytössä (Mullet & Sano 1995.)

Aihe vapaan -mobiilisivuston kokonaisilmeen suunnittelun lähtökohtana oli pääsivuston Vauva.fi visuaalinen ilme. Käyttäjän tulee tuntea olevansa samassa Vauva.fi-brändin alaisessa verkkopalvelussa ja käyttävänsä samaa Aihe Vapaa -keskustelualueetta tulee hän palveluun millä päätelaitteella tahansa. Käyttökokemuksen tulee vastata käyttäjän odotuksia ja olla kaikilla päätelaitteilla yhdenmukainen. Toimintojen suunnittelussa on hyödynnetty pääsivustolla käytössä olevia konventioita. Samoin mobiilisivuston väri- ja muotokieli on hakenut vaikutteet pääsivuston visuaalisesta ulkoasusta.

esslovaska@sanomama; ***** Muista minut Unohitako salasana? REKISTERÖIDY

vauva

Vauvakuume Raskaus Vauva ja taapero Äidit ja isät Nimet Blogit

Tilaa lehti Toimitus Osallistu lehdentekoon Kauppa Osta ja myy Kilpailut ja kyselyt

Keskustelufoorumi Alueen valinta Keskustelualueen säännöt

Aihe vapaa

ALOITA UUSI KESKUSTELU

Hae keskusteluista HAE OMAT JA SEURATUT KESKUSTELUT

← EDELLINEN sivu 1 2 3 4 5 6 7 8 SEURAAVA sivu →

Otsikko / kirjoittaja	Vast/luettu	Vimein viesti
Lapsen matkankoe. Miten ope voi miinustaa oikeasta vastauksesta? - Vierailija 1 2 3 5	119/1385	15.07
Saako lapsen hylätä kauppakeskuksen käytävälle huutamaan? - Vierailija	8/93	15.07
Sivusta seurattuna, työkaverin hidas mutta varma alamäki - Vierailija 1 2	30/788	15.07
Miksi kauniit ihmiset pariutuvat rumien ihmisten kanssa? - Vierailija	4/62	15.07
Työkseen paljon matkustavat, korvataanko teille matkustusaikaa mitenkään? - Vierailija	8/57	15.07
Mitä mieltä Dubaista? - Vierailija 1 2	34/262	15.07
Lemmikkikuvaus Helsingissä? Sinä, jolla tietoa! - Vierailija	3/36	15.06

av vauva

Aloita uusi keskustelu +

Otsikko	Vast / luettu
Työkseen paljon matkustavat, korvataanko teille matkustusaikaa mitenkään?	8/30
Minkälaisen ihmisen seuraa häpeät etkä kehtaa tunnustaa olevasi	16/157
Täit ja -5C pakkanen?	2/9
Saako lapsen hylätä kauppakeskuksen käytävälle huutamaan?	6/62
voisitteko opettaa KOTONA perustaidot lapsillenne	35/431

Kuvio 8. Näkymät Aihe vapaan etusivulta. Vasemmalla kuvaruutukaappaus näkymästä pöytä-koneella katsottuna ja oikealla vastaava näkymä mobiilisivulta.

Kuviossa 8 on rinnakkain pöytäkoneella näkyvä Aihe vapaan -keskustelupalsta ja vieressä oikealla vastaava näkymä mobiilisivustolla. Palvelujen tunnistettavuutta luotiin yhtenäisellä värimaailmalla, muotokielellä ja elementeillä. Koska palvelut eroavat kooltaan ja käytettävyydeltään toisistaan, ei värejä tai elementtejä voida suoraan siirtää palvelusta toiseen.

Värien avulla luodaan palveluille yhtenäisen kokonaisilme. Värimaailmassa toistuu logoalueen vaaleansininen väri, teksti on tumman harmaa, palvelun taustaväri on valkoinen, elementeissä toistuu vaaleanharmaa ja tehosteväri on pinkki. Pinkki on palvelulle tunnusomainen väri ja ilman sitä sivuston tunnistettavuus heikkenee. Pöytäkoneella näytettävässä sivustossa tehosteväriä on käytetty aktiivisissa elementeissä "hover"-väriä. Tätä ei ollut mahdollista toteuttaa kosketusnäytöllisessä käyttöliittymässä. Sen vuoksi pinkkiä väriä löytyy nyt muun muassa painikkeista.

Typografian suunnittelussa lähtökohtana oli käyttää brändille tunnusomaisia fontteja. Mobiilinäytön pienuus ja tekstin suuri määrä asetti käytettävyydelle omat haasteensa. Mobiililaitteiden näytön pienuuden vuoksi osa fonteista vaihdettiin luettavuuden parantamiseksi.

Muita palvelun tunnistettavia elementtejä on etusivulla näkyvä otsikkolistaus-elementti, jossa on tuoreimpien keskustelujen otsikot. Tunnusomaisuutta palvelulle tuo otsikoiden alla oleva taustaraidoitus harmaa – valkoinen, joka toistuu samanlaisena molemmissa palveluissa. Toinen erityinen tunnistettavuus tekijä on "kuumimpien" keskusteluiden merkitseminen tulenlieska-symbolilla. Elementti on käytössä molemmissa palveluissa.

Ennen mobiilisivuston julkaisua tehdyssä käyttäjätestauksessa yksi testattava asia oli palvelun tunnistettavuus. Haastateltavilta kysyttiin palvelun tunnistettavuutta, ilman että heillä oli tiedossa mistä palvelusta on kysymys. Kaikki haastateltavat tunnistivat mobiilisivuston Vauva.fi-sivustoon kuuluvaksi.

6.3 Käyttäjäpalautteen huomioiminen käyttöliittymäsuunnittelussa

Aihe vapaa -mobiilipalvelun käyttäjille tehtiin kaksi käyttäjäkyselyä, joiden yhtenä tarkoituksena oli kerätä käyttäjäpalautetta ja kehitysideoita. Kyselyitä tehtiin kaksi, joulukuussa 2013 ja maaliskuussa 2014. Tässä luvussa havainnollistan, miten käyttäjiltä saatu palaute on otettu huomioon käyttöliittymäsuunnittelussa. Luvussa 7 käsittelen laajemmin käyttäjätutkimuksen tuloksia.

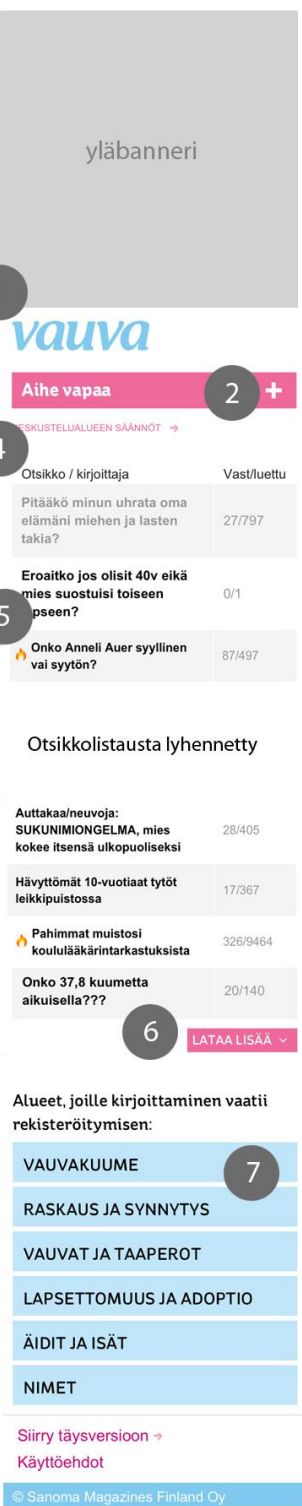
Käyttöliittymän suunnittelu jaksottui projektin kehityssyökiien mukaisesti kolmeen eri vaiheeseen: beta, vaihe 1 ja vaihe 2. Beta-vaiheessa käyttöliittymän testausta tehtiin prototyyppiien avulla. Käyttöliittymän testausta toteutettiin kehitystiimin sisällä sekä ulkopuolisten testaajien kanssa. Projektitiimin ulkopuolisille testaajille tein käyttöliittymätestausta ja haastattelututkimusta käyttökokemukseen liittyen. Vaihe 1 ja 2 käyttöliittymän kehityksen muutokset pohjautuvat käyttäjäkyselyistä saatuun tietoon ja keskustelupalstan kautta kerättyyn palautteeseen. Havainnollista käyttöliittymään tehdyt muutokset asettamalla eri vaiheiden näkymät rinnakkain. Kuviossa 9 on esitetty Aihe vapaa -etusivun kolme kehitysvaihetta ja kuviossa 10 vastaava näkymä viestiketjusivusta. Olen numeroinut muutoskohdat kuviin ja käyn ne läpi sen mukaisessa järjestyksessä.

6.3.1 Aihe vapaan etusivu

Suurin sivuston suunnitteluun vaikuttanut muutos oli mobiilisivuston sisällön rajaaminen vain Aihe vapaa -keskustelualueeseen. Ensimmäisissä prototyypeissä haluttiin mallintaa myös mahdollisesti muun Vauva.fi-sivutolta tuotavan sisällön esittäminen mobiilisivustolla. Muutoksen myötä Aihe vapaa sai oman logon ja palvelun ylä- ja alatunnisteet selkeytyivät.

1. Logoalue. Vauva-lehden logonäkyvyyttä pidettiin suunnittelun alkaessa itsenänselvyytenä. Betavaiheen haastattelujen pohjalta selvisi, että käyttäjät odottavan koko Vauva.fi sivuston löytyvän mobiilipalvelusta, koska palvelussa oli sama Vauva.fi-sivuston logo. Selvyyden vuoksi Aihe vapaalle suunniteltiin oma logo, jossa yhdistyy Aihe vapaan lyhenne AV sekä Vauva-lehden logo.

Beta
Vaihe 1
Vaihe 2



yläbanneri

1

vauva

Aihe vapaa **2** +

4 Keskustelualueen säännöt →

Otsikko / kirjoittaja	Vast/luettu
Pitääkö minun uhrata oma elämäni miehen ja lasten takia?	27/797
Eroaitko jos olisit 40v eikä mies suostuisi toiseen pseen?	0/1
Onko Anneli Auer syyllinen vai syytön?	87/497

Otsikollistausta lyhennetty

Auttakaa/neuvoja: SUKUNIMIONGELMA, mies kokee itsensä ulkopuoliseksi 28/405

Hävyttömät 10-vuotiaat tytöt leikkipuistossa 17/367

Pahimmat muistosi koululääkärintarkastuksista 326/9464

Onko 37,8 kuumetta aikuisella??? 20/140

6 LATAA LISÄÄ ▾

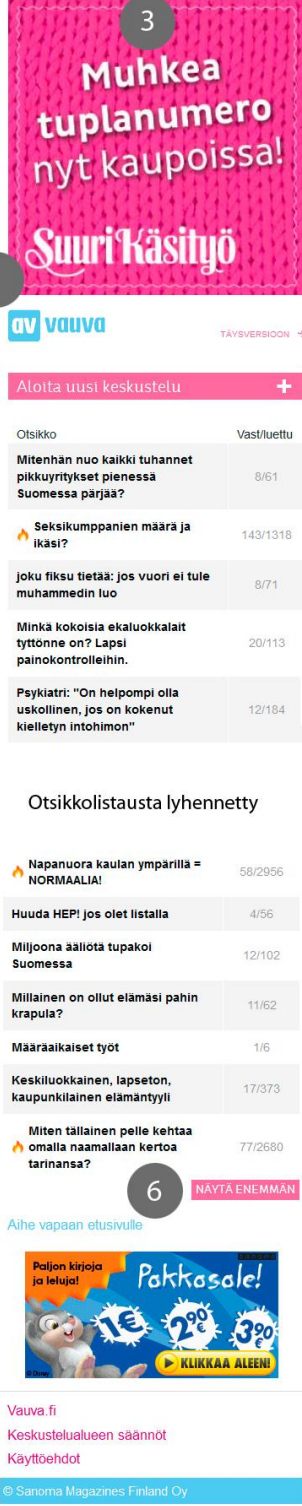
Alueet, joille kirjoittaminen vaatii rekisteröitymisen:

- 7** VAUVAKUUME
- RASKAUS JA SYNNYTYS
- VAUVAT JA TAAPEROT
- LAPSETTOMUUS JA ADOPTIO
- ÄIDIT JA ISÄT
- NIMET

Siirry täysversioon →

Käyttöehdot

© Sanoma Magazines Finland Oy



3

Muhkea tuplanumero nyt kaupoissa!

Suuri käsityö

1

vauva TÄYSVERSIOON →

Aloita uusi keskustelu + **2**

Otsikko	Vast/luettu
Mitenhän nuo kaikki tuhannet pikkuyritykset pienessä Suomessa pärjää?	8/61
Seksikumppanien määrä ja ikäsi?	143/1318
Joku fiksu tietää: jos vuori ei tule muhammedin luo	8/71
Minkä kokoisia ekaluokkalait tyttönne on? Lapsi painokontrolleihin.	20/113
Psykiatri: "On helpompi olla uskollinen, jos on kokenut kielletyn intohimon"	12/184

Otsikollistausta lyhennetty

Napanuora kaulan ympärillä = NORMAALIA! 58/2956

Huuda HEP! Jos olet listalla 4/56

Miljoona ääliötä tupakoi Suomessa 12/102

Millainen on ollut elämäsi pahin krapula? 11/62


Määräaikaiset työt 1/6

Keskiluokkainen, lapseton, kaupunkilainen elämäntyyli 17/373

Miten tallainen pelle kehtaa omalla naamallaan kertoa tarinansa? 77/2680

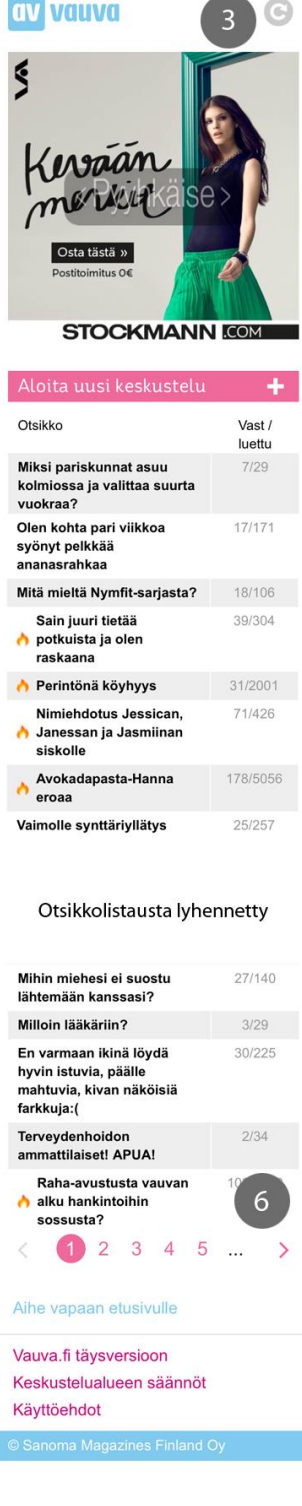
6 NÄYTÄ ENEMMÄN

Aihe vapaan etusivulle



Vauva.fi
Keskustelualueen säännöt
Käyttöehdot

© Sanoma Magazines Finland Oy



3

vauva

Kesään merkkikäsine >

Osta tästä »
Postitoimitus O€

STOCKMANN.COM

Aloita uusi keskustelu +

Otsikko	Vast / luettu
Miksi pariskunnat asuu kolmiossa ja valitsee suurta vuokraa?	7/29
Olen kohta pari viikkoa syönyt pekkää ananasrahkää	17/171
Mitä mieltä Nymfit-sarjasta?	18/106
Sain juuri tietää potkuista ja olen raskaana	39/304
Perintönä köyhyys	31/2001
Nimiehdotus Jessican, Janessan ja Jasmiinan siskolle	71/426
Avokadapasta-Hanna eroaa	178/5056
Vaimolle synttäriyllätys	25/257

Otsikollistausta lyhennetty

Mihin miehesi ei suostu lähtemään kanssasi?	27/140
Milloin lääkäriin?	3/29
En varmaan ikinä löydä hyvin istuvia, päälle mahtuvia, kivan näköisiä farkkuja:(30/225
Terveystenhoidon ammattilaiset! APUA!	2/34
Raha-avustusta vauvan alku hankintoihin sossusta?	10/10

6

< **1** 2 3 4 5 ... >

Aihe vapaan etusivulle

Vauva.fi täysversioon

Keskustelualueen säännöt

Käyttöehdot

© Sanoma Magazines Finland Oy

Kuvio 9. Aihe vapaan mobiilisivuston aloitusnäkömön kolme eri kehitysvaihetta esitettynä rinnakkain. Beta-versio lokakuulta 2013, ensimmäinen julkaistu versio joulukuulta 2013 ja viimeisin versio maaliskuulta 2014.

2. Logoalueen alapuolella on koko näytön levyinen pinkki palkki. Palkissa oli aluksi kaksi erilaista toimintoa. Aihe vapaa -teksti toimi linkkinä etusivun otsikkolistaukseen ja palkin + -merkistä käyttäjä pystyi aloittamaan uuden keskustelun. Testauksissa huomattiin, että toiminto oli käyttäjille vaikeaselkoinen. Yhtenäinen painikkeen omainen elementti ei viestinyt muodollaan tarpeeksi selkeästi kahdesta erillisestä toiminnosta. Muutimme painikkeen vastaamaan yhtä toimintoa eli uuden keskustelun aloittamista. Painikkeeseen lisättiin + -merkin lisäksi ohjeistava teksti ”Aloita uusi keskustelu”. Uuden keskustelun aloittaminen on tuotteen yksi tärkeimmistä toiminnoista. Toiminnon tulee olla helposti ja nopeasti löydettävissä.
3. Alussa sivuston sisällön päivitys tapahtui vetämällä sormella sivua alaspäin. Muilta sivustoilta tuttu toiminto ei kuitenkaan ollut Aihe vapaan käyttäjille tarpeeksi tuttu, vaan jäi käyttäjiltä huomaamatta. Keskustelut päivittyvät sivustolla hyvin nopeaan tahtiin, joten sivun päivitys on hyvin usein käytetty toiminto. Muutimme päivitys-painikkeen näkymään sivun oikeaan yläkulmaan.
4. Mobiilin pienen näytön vuoksi esitettävien asioiden määrää on rajattava. Etusivun viestiotsikoiden listausnäkyvästä jätettiin pois nimimerkki sekä kellonaika. Nimimerkkiä pidettiin tarpeettomana, koska lähes kaikki kirjoittavat anonyymisti ja viestien perässä lukisi nimimerkkinä ”vierailija”. Kellonaika jätettiin myös pois listauksesta. Sivustolle tulee uusia viestejä niin tiheästi, että kaikki etusivun listauksessa näkyvät viestit on lähetetty viimeisen tunnin sisällä. Itse viestissä kellonaika ja päivämäärätiedot näytetään kokonaan.
5. Tulenlieska-symboli on Vauvan keskustelupalstalle tunnusomainen elementti. Se kertoo, mitkä viestiketjut ovat sillä hetkellä aktiivisimpia. Sama elementti haluttiin tuoda myös mobiiliin. Tunnusomaisilla elementeillä vahvistamme käyttökokemusta, että kyseessä on sama Vauva.fi-sivuston Aihe vapaa -keskustelupalsta, mitä käyttäjät ovat aiemmin tottuneet käyttämään pöytäkooneella.
6. Alkuvaiheessa viestiotsikot listautuivat yhdeksi pitkäksi sivuksi. Käyttäjä sai ladata lisää otsikoita painamalla ”Lataa lisää” -painikkeesta. Beta-testauksesta saadusta palautteesta selvisi, että ”Lataa lisää” -teksti ei kertonut käyttäjille tarpeeksi selkeästi, mistä toiminnosta oli kyse. Painikkeen teksti muutettiin muo-

toon ”Näytä enemmän”. Käyttäjät eivät kuitenkaan olleet tyytyväisiä tähän sivuston navigointitapaan, joten vaiheessa 2 siirryttiin viestien sivutukseen. Muutoksesta kerron tarkemmin kohdassa 12.

7. Betatestauksen prototyypissä oli mukana linkitykset muille Vauva.fi-sivuston keskustelualueille. Haastattelututkimuksen pohjalta ne päätettiin jättää pois. Muut keskustelualueet vaativat rekisteröitymistä, jota meillä ei ollut ensi vaiheessa mahdollisuutta tehdä mobiilisivustolle.

6.3.2 Viestiketju

Viestiketjunäkymän käyttöliittymän suunnittelussa haastavinta oli tehdä käyttäjän liikkuminen pitkän viestiketjun sisällä ja siirtymiset ketjusta toiseen helpoksi. Aluksi keskusteluketjun kommentit esitettiin peräkkäin yhtenä pitkänä sivuna. Käyttäjät kuitenkin halusivat pääsivustolta tutun konvention eli sivutuksen myös mobiiliin. Muutos toteutettiin vaiheessa 2. Toinen vääräksi havaittu suunnitteluolettaus oli, että mobiilissa käyttäjät enimmäkseen lukevat viestejä ja kommentoivat vähemmän. Käyttäjäpalautteen pohjalta olettaus todettiin vääräksi ja kommentoinnista tehtiin käyttäjälle helpompaa.

8. Ensimmäisessä testauksessa saimme palautetta, että viestiketjun ensimmäinen viesti ei erotu tarpeeksi selkeästi muusta sisällöstä. Viesti rajattiin muusta sisällöstä sinisellä viivalla ja lisättiin Avausviesti -otsikko. Keskustelupalstalla anonyymius on huomioitu siten, että viestiketjussa jokainen kommentti on numeroitu. Näin keskustelijat voivat yksilöidä vastauksensa ja viitata toistensa kommentteihin. Viesteissä näkyvä numero on tärkeä informaatio keskustelijoille, mutta koska siihen ei liity muuta interaktiota, numero näytetään melko pienenä ja vaaleampana kuin muut tekstit.

Sivustolla on käytössä jälkimoderointi, jonka vuoksi jokaiseen viestiin tarvitaan mahdollisuus ilmoittaa asiattomasta sisällöstä moderoijille. Pöytäkoneelle suunnitellussa käyttöliittymässä on tilaa näyttää ”Ilmoita asiaton viesti” -tekstilinkki. Mobiilisivustolle teksti oli liian pitkä ja se lyhennettiin muotoon ”Asiaton”.

Beta
Vaihe 1
Vaihe 2

The image shows three stages of development for a mobile application. The 'Beta' version (left) is a simple text-based interface. 'Vaihe 1' (middle) introduces a search bar and a more structured list of posts. 'Vaihe 2' (right) adds a notification system, a navigation bar, and a more detailed post layout with a quote and a comment section.

Kuvio 10. Aihe vapaan mobiilisivuston viestiketjunäkymän kolme eri kehitysvaihetta esitettynä rinnakkain. Beta versio lokakuulta 2013, ensimmäinen julkaistu versio joulukuulta 2013 ja viimeisin versio maaliskuulta 2014.

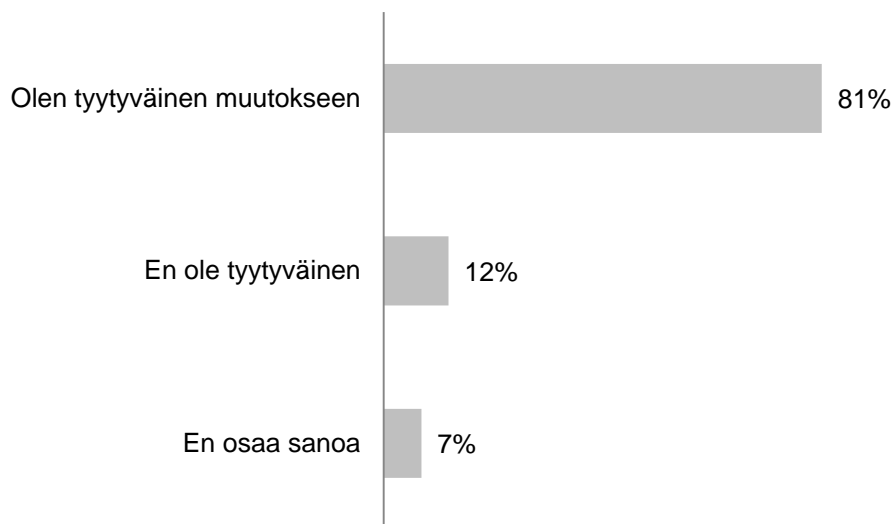
Vauva.fi sivuston yksi tunnusomaista elementeistä on viestien ”peukuttaminen”. Kommentille voi antaa yhden positiivisen tai negatiivisen ”peukutuksen”. Toiminto haluttiin tuoda myös mobiilisivustolle. Kosketusnäytöllisessä käyttöliittymässä piti huomioida äänestyspainikkeille tarpeeksi suuri tila, jotta sormella ”peukutus” onnistuisi.

9. Alkuvaiheen suunnitteluolettamuksena oli, että mobiilissa käyttäjät enemmän lukisivat keskusteluja ja kommentoiminen olisi vähäisempää. Käyttäjiltä saadun palautteen pohjalta oletamus kuitenkin todettiin vääräksi. Käyttöliittymään tehtiin muutoksia, jotta viestiin vastaaminen ja viestin lainaaminen on käyttäjälle helpompaa.
10. Keskusteluiden helppo jaettavuus on tärkeää sivuston kävijäliikenteen kannalta. Käyttäjien suosiossa on Twitter ja Facebook. Sosiaalisen median jakopainikkeet eivät olleet betaversiossa mukana, mutta haastateltavilta saadun palautteen pohjalta ne päätettiin tuoda viestiketjunäkymään. Käyttäjä voi jakaa koko viestiketjun, ei yksittäistä kommenttia.
11. Vaiheessa 1 viestiketju esitettiin yhtenä pitkänä sivuna. Viestiketjusta näytettiin aina 25 kommenttia kerrallaan, jonka jälkeen käyttäjän piti ladata lisää vastauksia näkyviin. Pitkissä viestiketjuissa haluttiin tarjota käyttäjälle mahdollisuus järjestää viestit uusimmasta vanhimpaan tai vastaavasti toisin päin. Mahdollisuus järjestää viestejä jätettiin pois sivutuksen myötä. Sivutus mahdollistaa siirtymisen suoraan viimeiselle sivulle.
12. Sivutuksen tuominen viestiketjuihin oli suuri käytettävyyteen liittyvä muutos. Sivutuksen tarve nousi esille erityisesti pitkissä viestiketjuissa. Käyttäjän oli ilman sivutusta hankala päästä tiettyyn kohtaan viestiketjua esimerkiksi jatkaakseen lukemista siitä, mihin oli edellisellä kerralla jäänyt. Sivutus oli myös osa totuttua toimintamallia pääsivuston puolelta, johon keskustelupalstan käyttäjät olivat tottuneet. Sivutus lisättiin sekä viestiketjun alkuun, että loppuun. Sivutus mahdollistaa liikkumisen sivu kerrallaan tai siirtymisen suoraan viestiketjun alkuun tai loppuun.

13. Paluu painike etusivulle

Aihe vapaa -logo toimi linkkinä mobiilisivuston etusivulle. Käyttäjät eivät mieltäneet logoa paluu-painikkeeksi, joten sen eteen on tehty pieni nuoli kuvaamaan siirtymistä takaisin etusivulle.

Käyttöliittymäsuunnittelun kannalta sivutuksen tuominen palveluun ja samalla koko käyttölogiikan muuttaminen oli merkittävä muutos. Vaikka toive muutokseen oli tullut käyttäjiltä, haluttiin käyttäjäkyselyssä varmistaa käyttäjien tyytyväisyys muutokseen. Kerroimme kyselyssä, että käyttäjiltä saadun palautteen perusteella olemme tuoneet keskustelupalstalle sivutukseen. Kysyimme vastaajilta heidän tyytyväisyyttään muutokseen. Kuviossa 11 näkyy kyselyn tulokset, jossa 81 % vastaajista oli tyytyväisiä muutokseen, 12 % ei ollut tyytyväisiä muutokseen ja 7 % ei osannut sanoa. Kyselyn tulosten perusteella muutosta voitiin pitää onnistuneena.



Kuvio 11. Käyttäjäkyselyn tulokset, kun kysyimme käyttäjiltä heidän tyytyväisyyttään sivutuksen muuttumiseen.

Muutokseen tyytymättömillä vastaajilla, oli mahdollisuus kertoa syitä tyytymättömyyteen avoimessa palautekentässä. Palautteet voitiin lajitella neljään eri kategoriaan

1. Käytettävyyteen liittyvät

Sivutus koettiin hitaaksi ja kömpelöksi käyttää. Muutoksen koettiin hankaloittavan kommenttien lukemista.

2. Virhetilanteet sivutuksessa

Kyselyn avulla selvisi, että jollakin puhelinmalleilla sivutus ei toiminut oikein.

3. Henkilökohtainen mielipide

Tähän kategoriaan luokittelin palautteet, jotka olivat käyttäjän mielipide muutokseen kuten *"En pidä siitä!"*, *"Se on ärsyttävä"*, *"Tyhmää"*.

4. Vanha malli koettiin paremmaksi

Osa vastaajista koki viestien lukemisen helpommaksi, kun kaikki kommentit listautuivat peräkkäin.

Vastaukset huomioidaan seuraavien kehityssyökiien suunnittelussa.

7 Käyttäjätutkimuksen tulokset

Käyttäjätutkimus toteutettiin mobiilisivuston julkaisun jälkeen. Tutkimus tehtiin kahtena erillisenä kyselynä joulukuussa 2013 ja maaliskuussa 2014. Kyselyiden avulla haluttiin selvittää, minkälaisen käyttäjäkokemuksen tuote tarjoaa käyttäjilleen ja kuinka tyytyväisiä käyttäjät olivat tuotteeseen. Vertaan näiden kahden kyselyn tuloksia toisiinsa.

7.1 Käyttäjäkyselyiden taustaa

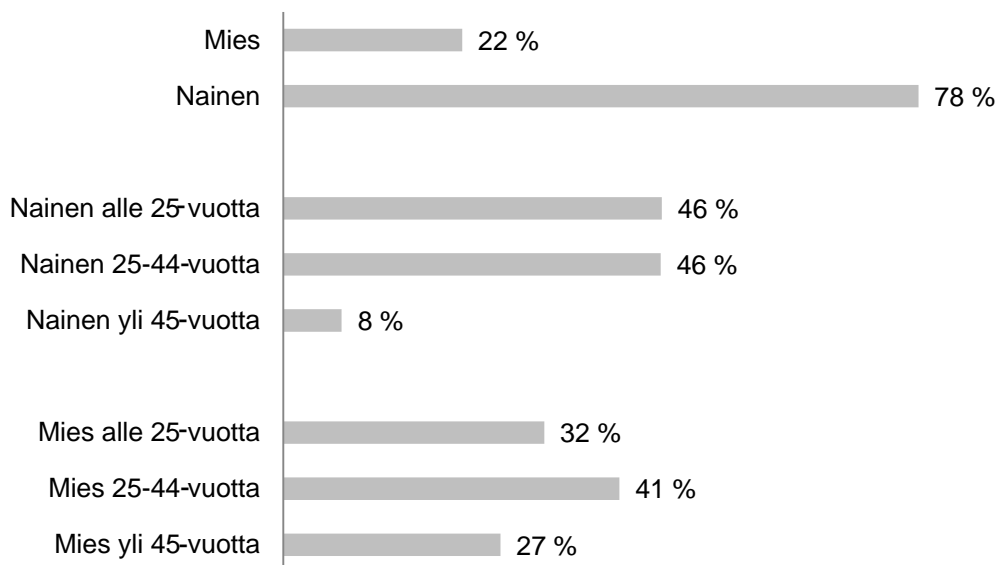
Käyttäjäkyselyt toteutettiin Aihe vapaa -mobiilisivustolla (m.vauva.fi). Kyselyt tehtiin kahdessa eri vaiheessa joulukuussa 2013 (17.–19.12.2013) ja maaliskuussa 2014 (20–24.3.2014). Jokaiselle sivuston käyttäjälle tarjottiin kerran mahdollisuutta osallistua kyselyyn. Tutkimuskutsun hyväksyneet kävijät siirtyvät lomakesivulle, jossa he vastasivat kysymyslomakkeeseen. Tutkimukseen vastasi yhteensä 3332 henkilöä (1557 vastaajaa joulukuussa 2013 ja 1774 vastaajaa maaliskuussa 2014). Kyselyihin pystyi vastaamaan nimettömänä ja yhteystietonsa jättäneiden kesken arvottiin molemmissa kyselyissä kymmenen elokuvalippua. Käyttäjille esitetyt kysymykset löytyvät työn lopusta liitteistä 1 ja 2.

Kyselylomakkeen laadinnassa huomioitiin mobiililaitteen näytön pieni koko. Kyselyyn tuli olla helppo vastata eikä lomake saanut olla liian pitkä. Tämän vuoksi osa kysymyksistä esitettiin käyttäjille vain toisella kyselylomakkeella, kyselyt eivät olleet identtiset. Ne asiat, joiden kehitystä haluttiin seurata, kysyttiin molemmissa kyselyissä yhdenmukaisesti. Asiat, joiden ei uskottu muuttuneen näin lyhyellä aikavälillä, kysyttiin vain kerran.

7.2 Käyttäjien taustatiedot

Käyttäjät eivät rekisteröidy keskustelupalstalle, joten käytössä ei ole tarkkaa tietoa kettä palvelua todella käyttävät. Käyttäjäkyselyssä kysyttiin käyttäjän sukupuolta ja mihin ikäryhmään vastaaja kuuluu. Käyttäjien taustatietoja kysyttiin vain toisessa kyselyssä. Oletus oli, että Aihe vapaan käyttäjäryhmässä ei tapahdu muutoksia näin lyhyellä aikavälillä, joten seurannan merkitys olisi ollut vähäinen. Käyttäjätutkimuksen perusteella mobiilisivuston käyttäjistä miehiä on 22 % ja naisia 78 %. Naisista alle 25-vuotiaiden ja 25–44-vuotiaiden ryhmät ovat yhtä suuret ja yli 45-vuotiaiden naisten osuus oli vain

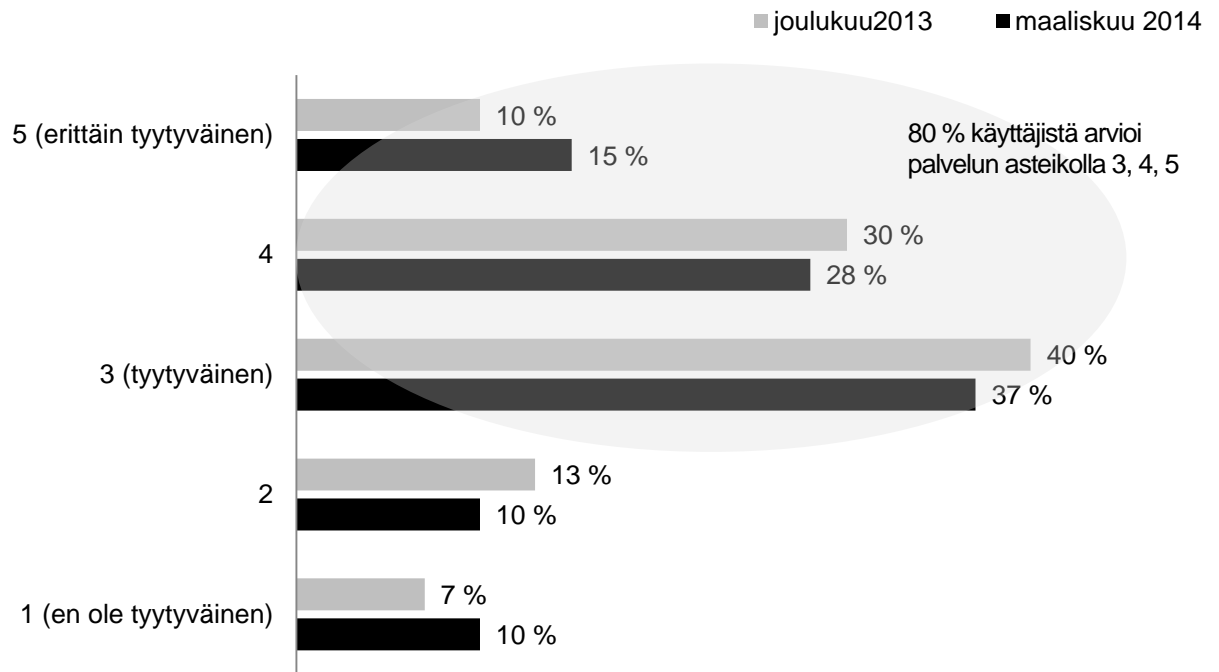
8 % vastaajista. Miesten kohdalla ikäjakauma oli tasaisempi. Suurimpana ryhmänä olivat 25–44-vuotiaat miehet 41 % osuudella vastaajista. Käyttäjätietojen tulokset on esitetty Kuviossa 12.



Kuvio 12. Käyttäjäkyselyyn vastanneiden sukupuoli ja ikäjakauma.

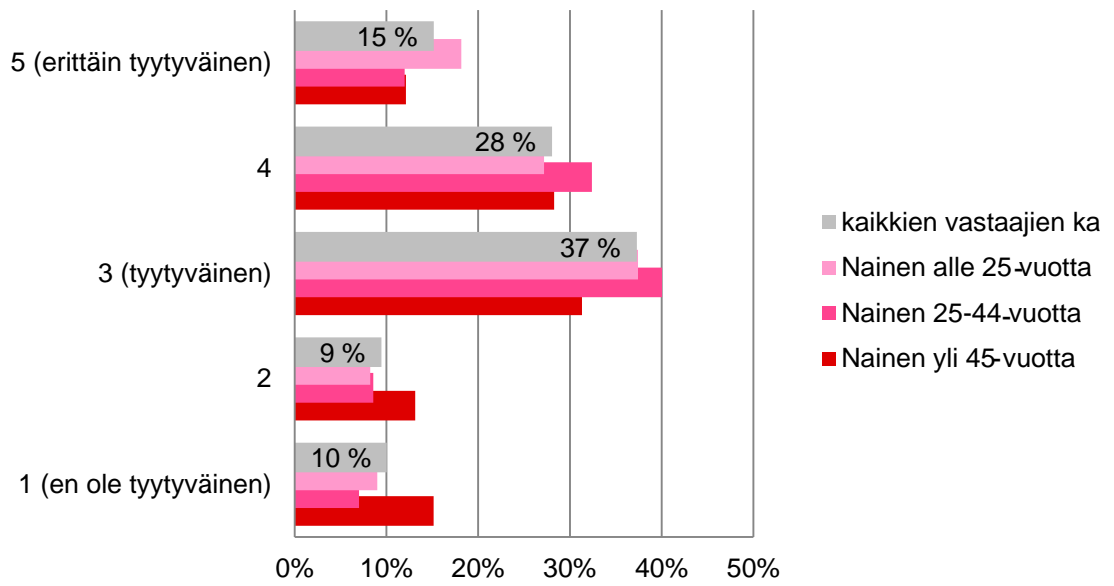
7.3 Käyttäjien tyytyväisyys palveluun

Käyttäjäkyselyiden pohjalta seurattiin käyttäjien tyytyväisyyttä tuotteeseen kokonaisuutena. Käyttäjätyytyväisyyttä mitattiin asteikolla 1 (en ole tyytyväinen) – 5 (erittäin tyytyväinen). Annettu arviointi kertoo vastaajan käyttökokemuksesta. Kuviossa 13 on vertailu joulukuussa 2013 ja maaliskuussa 2014 saaduista tuloksista. Kyselyiden tuloksista havaitaan, että 80 % vastaajista oli tyytyväisiä palveluun (arvio 3, 4 tai 5). Erityisen tyytyväisten käyttäjien määrä kasvoi 5 % eli maaliskuussa erittäin positiivisesti tuotteen kokevien osuus oli 15 % kaikista vastaajista. Negatiivisesti tuotteen kokevien eli 1–2 -arvion antaneiden määrä pysyi molemmissa mittauksissa samana eli 20 % vastaajista. Kaikkein negatiivisemmin eli arvioi tuotteen asteikolla 1 (en ole tyytyväinen) arvioivien määrä kasvoi kolmella prosenttiyksiköllä. Kokonaisuutena käyttäjätyytyväisyys ei olennaisesti muuttunut vertailukyselyiden aikana.

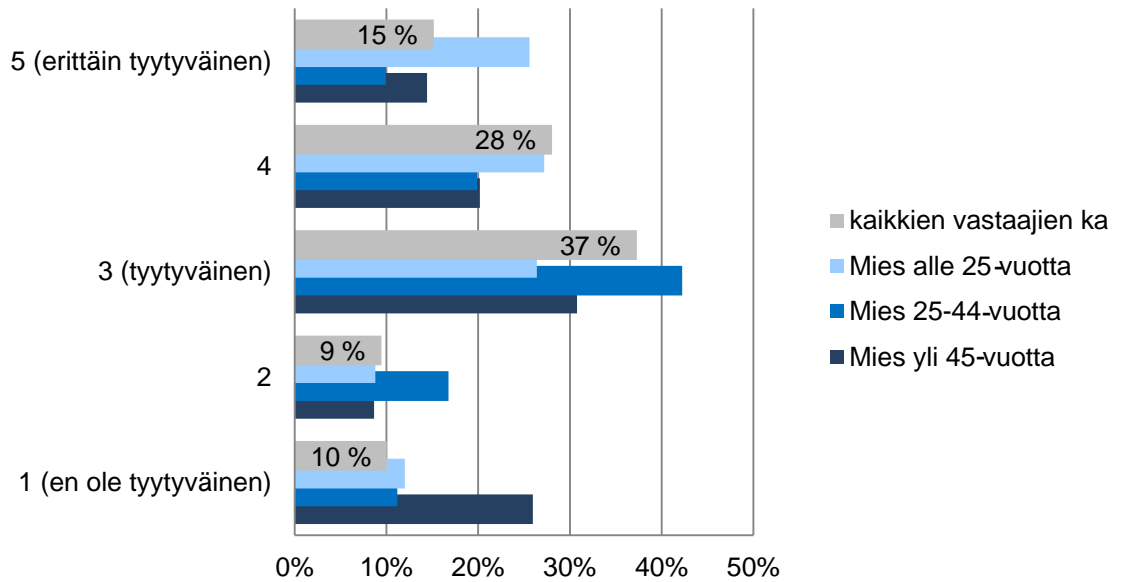


Kuvio 13. Käyttäjätyytyväisyyden vertailu joulukuu 2013 ja maaliskuu 2014.

Käyttäjätyytyväisyyttä voidaan tarkastella myös sukupuolen ja ikäryhmän mukaan. Kuviossa 14 tarkastellaan naisten tyytyväisyyttä ja kuviossa 15 miesten tyytyväisyyttä palveluun. Vertailukohtana on kaikkien vastaajien keskiarvo ikäryhmittäin. Molemmissa vertailussa näkyy nuorimpien eli alle 25-vuotiaiden naisten ja miesten keskiarvoa huomattavasti positiivisempi suhtautuminen tuotteeseen. Neutraaleimmin palvelun kokivat 25–44 -vuotiaat. Negatiivisimmin palveluun suhtautuvat molemmissa käyttäjäryhmissä vanhin ikäryhmä, yli 45-vuotiaat naiset ja miehet. Tuloksista voidaan nähdä, että palveluun suhtautuminen vaikuttaa enemmän ikä kuin käyttäjän sukupuoli. Sekä naisten että miesten kyselyn tulokset toistuivat samankaltaisina.



Kuvio 14. Naisten tyytyväisyys palveluun ikäryhmittäin



Kuvio 15. Miesten tyytyväisyys palveluun ikäryhmittäin

7.4 Käyttötavan muuttuminen

Käyttäjiä pyydettiin itse arvioimaan, miten sivuston käyttö on muuttunut mobiilipalvelun myötä. Yli puolet kysymykseen vastaajista kertoi käyneensä sivustolla useammin mobiilipalvelun avaamisen jälkeen. Useimmin mainittu syy aktiivisemmalle käytölle oli palvelun helppous. Osa vastaajista koki mobiilissa kommentoinnin hankalaksi ja kertoi enemmän selailevan keskusteluja. Avoimista palautteista olen poiminut käyttäjien kommentteja aiheesta.

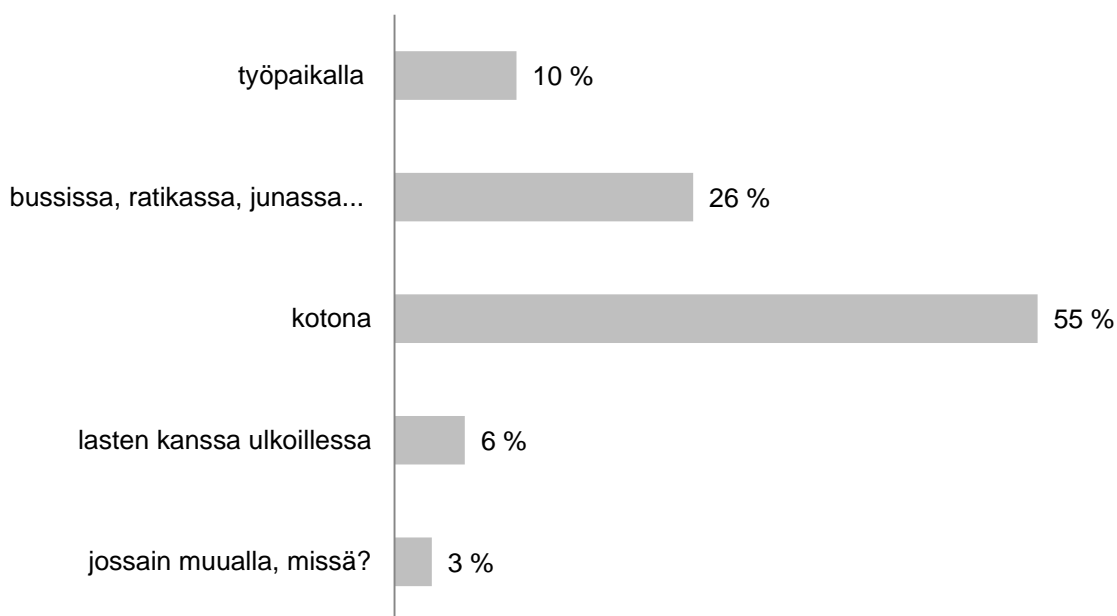
”Aloin lukea päivittäin, ennen luin satunnaisesti”

”Jaksan ehkä jopa kommentoida jotain, ennen en siitä välittänyt”

”Ei ole muuttunut paitsi mukavammaksi! :) Olen AV:n lukija jo vuodesta 2000!”

”Enemmän olen käyttänyt, kun ei niin raskas sivu”

”En enää vastaa viesteihin niin usein kuin aiemmin, koska se on vaivalloisempaa.”



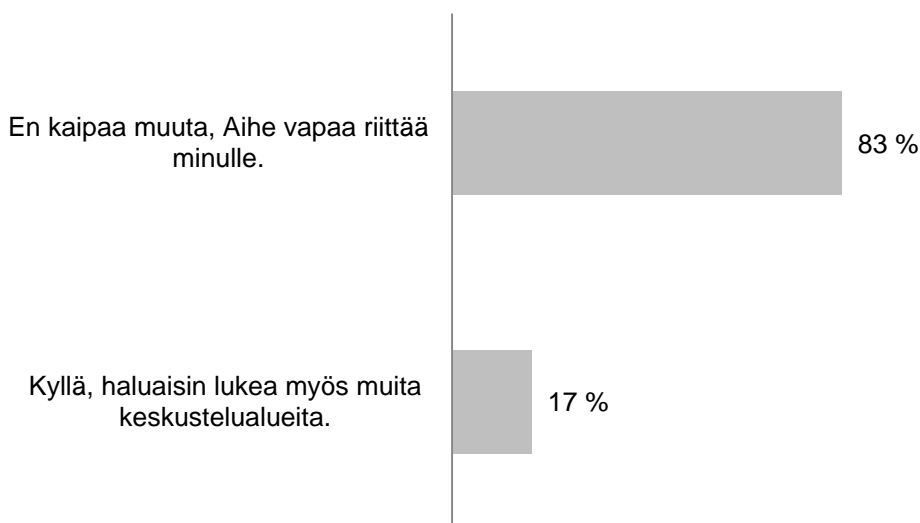
Kuvio 16. Käyttäjät nimesivät tilanteita ja paikkoja, joissa he käyttävät palvelua.

Mobiililaitteet kulkevat käyttäjien mukana ja käyttötilanteet muuttuvat sen myötä. Kuvio 16 näyttää miten käyttäjät ovat kyselyssä kertoneet, missä he palvelua käyttävät. Käyttäjäkyselyyn vastaajista suurin osa käytti enimmäkseen palvelua edelleen kotona.

Enää tietokoneen käyttö ei ole sidottu pöydän ääreen vaan tabletti tai matkapuhelin, kulkee mukana sohvalle ja sänkyyn. Toiseksi suurimpana käyttötilanteena vastauksissa nousi esille matkustaminen julkisessa liikenteessä ja muut siirtymiset paikasta toiseen. Lisäksi käyttäjillä oli mahdollisuus vapaasti kertoa tilanteista ja paikoista, jossa he käyttävät palvelua. Vastauksissa nousi esille odottamiseen liittyviä tilanteita ja pienet hetket arjen keskellä kuten odottaessa lapsia harrastuksista. Käyttäjien vastauksista poimittuja kommentteja, missä he käyttävät palvelua: *koulussa, baarissa, reissuilla, ulkona, silloin kun on vapaata aikaa, kaikkialla.*

7.5 Käyttäjien toiveet sivuston sisällöstä

Käyttäjäkyselyssä vastaajilta kysyttiin, mitä muita keskustelualueita he haluaisivat käyttää mobiilisivustolla. Vaihtoehtoina oli, että Aihe vapaa on riittävä tai haluan lukea myös muita keskustelualueita. 83 % vastaajista on tyytyväisiä Aihe vapaa- keskustelualueeseen, eikä koe kaipaavansa muita Vauva.fi-sivuston keskustelualueita (kuvio 17). 17 % vastaajista halusi lukea myös muita keskustelualueita. Vastaajat saivat myös nimetä mitä alueita he toivoisivat palveluun mukaan. Avoimeen kenttään kirjoitetuista vastauksista suurimmassa osassa haluttiin kaikki alueet mukaan. Käyttäjien vastauksista poimittuja kommentteja *Kaikkia, mielialan ja tilanteen mukaan, Lukisin mieluummin myös vauvakuume ja odotuskeskusteluja, Raskauteen sekä seksiin liittyvät.*



Kuvio 17. Käyttäjäkyselyssä kysyttiin kiinnostusta lukea myös muita Vauva.fi keskustelualueita mobiilipalvelussa.

Käyttäjäkyselyissä käyttäjiä pyydettiin antamaan palautetta tuotteesta ja kertomaan kehitystoiveistaan. Käyttäjiltä saatu palaute voitiin jakaa kolmeen kategoriaan:

1. Toiminnallisuuksien kehittäminen

Palvelussa liikkuminen ja viestien seuraamista helpottavat asiat nousivat kahdeksi pääteemaksi. Yksittäisistä toiminnoista haku koettiin tärkeimmäksi saada pian myös mobiilisivustolle.

2. Sisällön esittämiseen liittyvät kehitystoiveet

Keskusteluaiheiden luokitteluun ja järjestämiseen liittyvät toiveet nousivat vahvasti esille.

3. Virhetilanteista raportointi

Palautteen pohjalta saimme tietoa tietyillä puhelinlaitteilla esiintyvistä ongelmista, joita ei testauksen yhteydessä oltu huomattu.

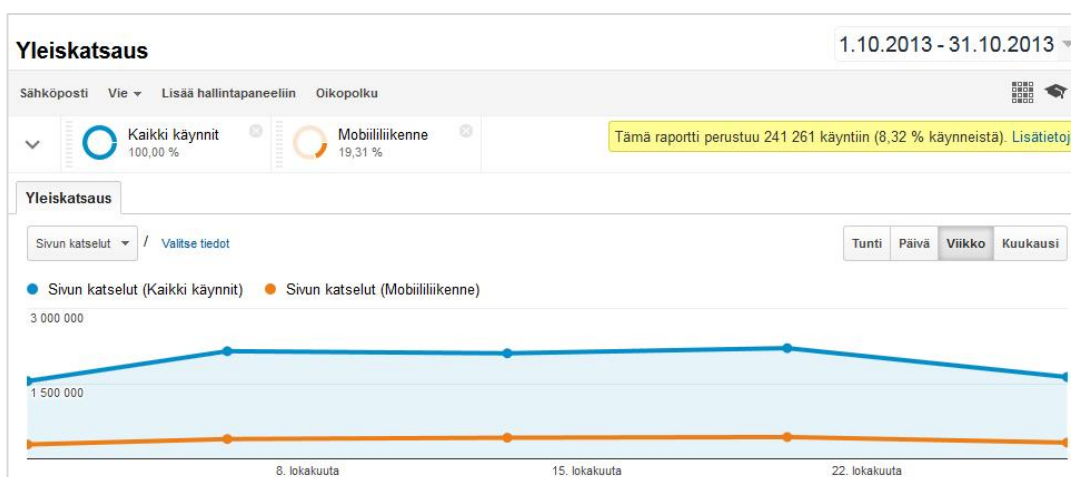
Palautteen pohjalta valmistellaan kehityssykleissä toteutettavat asiat. Pienien virheiden korjausta tehdään jatkuvana pienkehitystyönä, mutta suuremmat korjaukset viedään tuotteeseen kehityssykleissä. Näin varmistetaan, että isot muutokset testataan kehityssyklin prosessin mukaisesti ja jäljitettävyyden periaate toteutuu.

8 Kävijämäärien ja käyttäytymisen muutokset analytiikan valossa

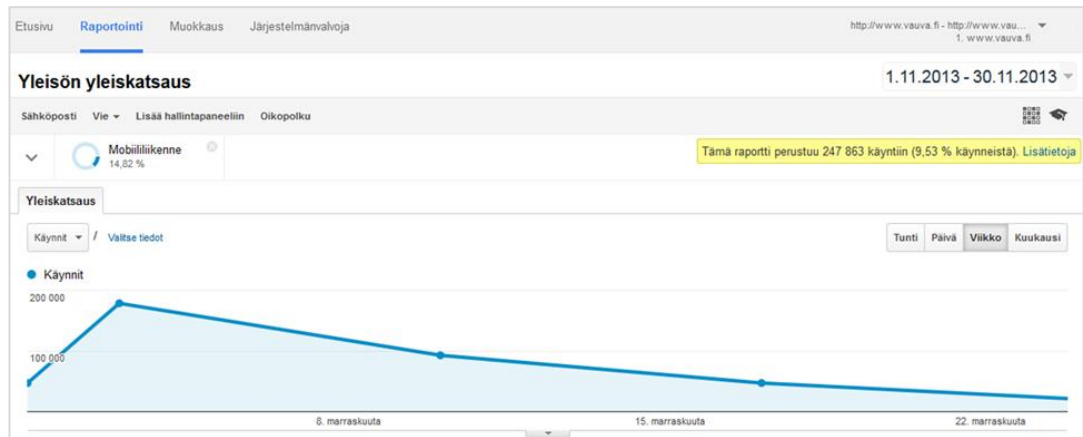
Käyttäjätutkimuksen rinnalla tietoa sivuston käytöstä kerättiin analytiikkaohjelmien avulla. Tässä luvussa esitetyt luvut ovat Google Analytics -työkalulla toteutettuja mittauksia. Keskityn Vauva.fi Aihe vapaa -keskustelupalstan kävijämäärien kehittymiseen ja tapahtuneiden muutosten vertailuun Aihe vapaan -mobiilisivustolla sekä pöytäkoneella käytettynä.

8.1 Kävijämäärien kehitys

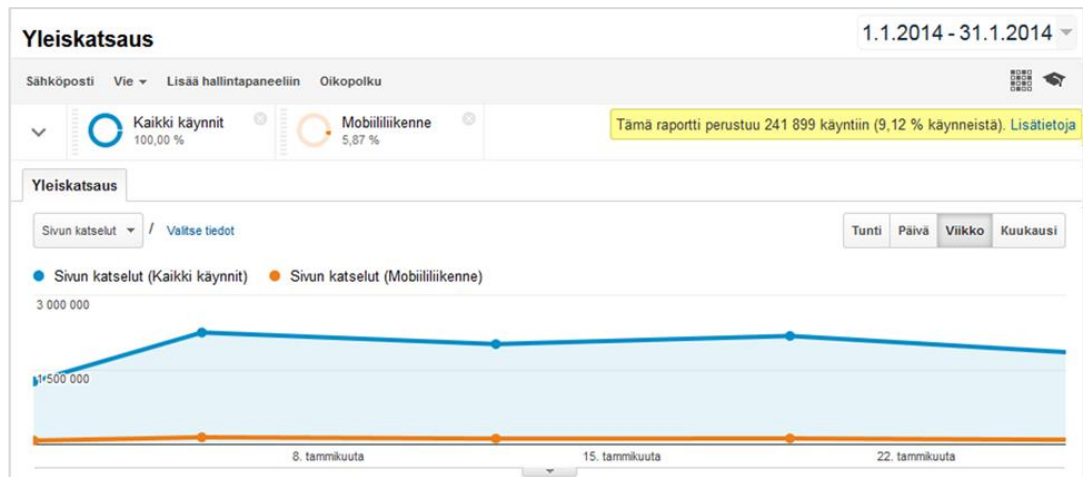
Tilanne ennen mobiilisivujen julkaisua Vauva.fi Aihe vapaa -keskustelujen kävijämäärissä on näkyvässä kuviossa 18. Mittaus on tehty lokakuussa 2013 eli kuukautta ennen Aihe vapaa -mobiilisivuston julkaisua. Kuukauden aikana keskustelupalstalle tehtiin noin 700 000 käyntiä, joista mobiililaitteiden osuus oli noin 20 % kaikista käynneistä. Mobiilikävijöiden tekemät sivulatausmäärät olivat lähes 25 % muita käyttäjiä alhaisemmat (pöytäkoneella 3,23 sivulatausta ja mobiililaitteilla 2,39 sivulatausta) ja myös sivustolla vietetty aika oli lähes 20 % lyhyempi (pöytäkoneella 5:06 minuuttia ja mobiililaitteilla 4:24 minuuttia). Nämä luvut viestittävät palstan huonosta käytettävyydestä mobiilissa.



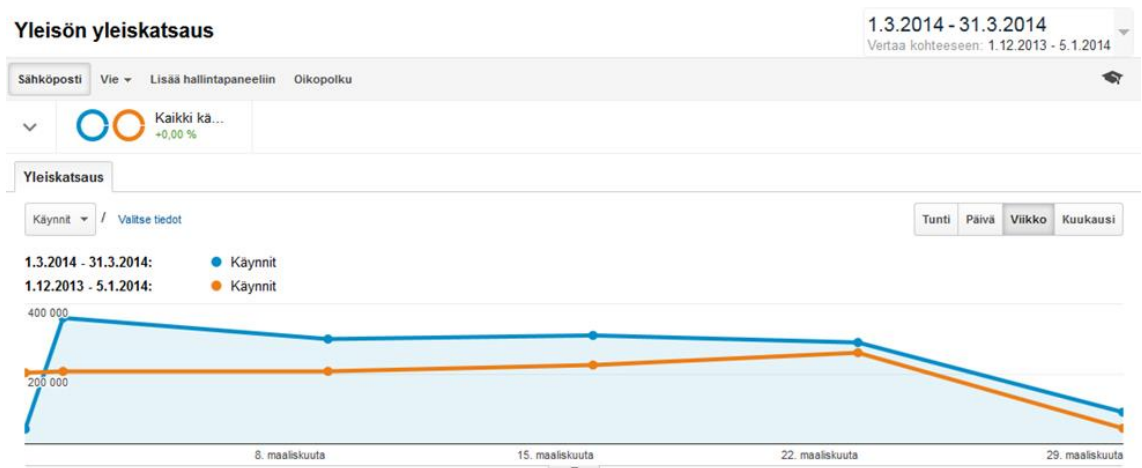
Kuvio 18. Pääsivuston mobiilikäyttäjien määrä lokakuussa 2013.



Kuvio 19. Mobiilikäyttäjien siirtyminen pääsivustolta Aihe vapaan -mobiilisivustolle



Kuvio 20. Pääsivuston mobiilikäyttäjien määrä tammikuussa 2014.



Kuvio 21. Mobiilisivuston (m.vauva.fi) kävijämäärien kehitys vertailuajanjaksoina joulukuu 2013 ja maaliskuu 2014.

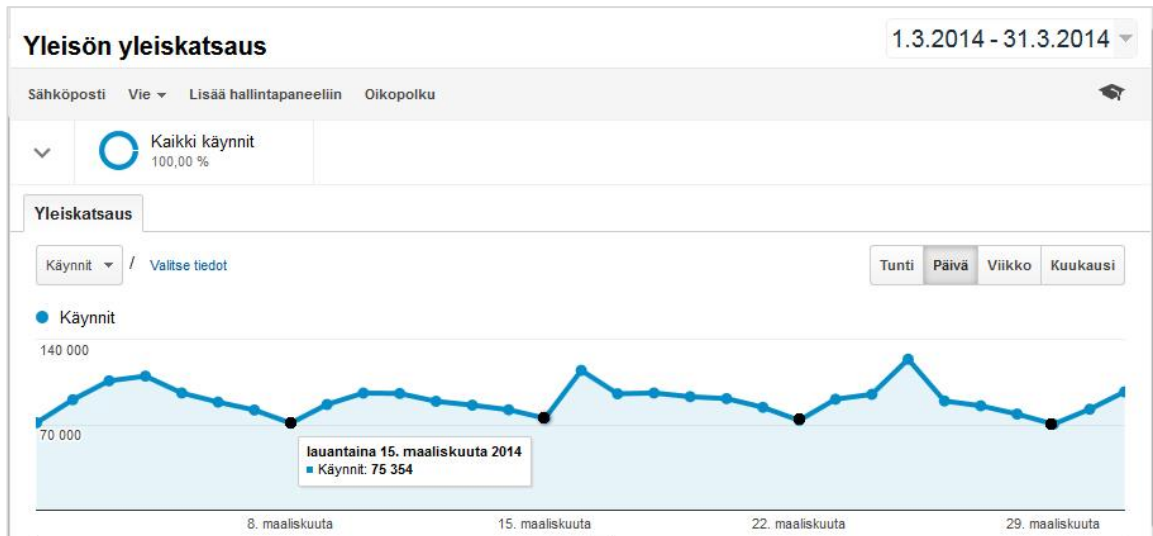
Mobiilisivusto julkaistiin 6.11.2013. Kun käyttäjä tuli Vauva.fi-sivuston keskustelualueelle, häneltä kysyttiin haluaako hän siirtyä Aihe vapaan -mobiilisivustolle. Kävijäohjaus mobiilisivustolle näkyy selvästi pääsivustolla mobiilikävijöiden määrän laskemisella. Kuviossa 19 on kuvattu pääsivustoa mobiililaitteilla käyttävien määrän lasku marraskuussa 2013. Kävijöiden käyttäytymistä seurattiin ja tammikuun jälkeen tilanne on pysynyt melko samana eli mobiilikäyttäjien määrä laski pysyvästi pääsivustolla. Kuviossa 20 oranssi viiva kuvaa mobiililaitteilla sivustoa käyttäviä ja sininen viiva pöytäkoneella sivustoa käyttäviä. Aihe vapaan -mobiilisivuston julkaisun myötä pääsivustolla ei juurikaan enää käytetty mobiililaitteilla.

Mobiilisivun kävijämäärät ovat kasvaneet julkaisun jälkeen tasaisesti. Kuviossa 21 on kuvattuna Aihe vapaa -mobiilisivuston kävijämäärien kehitys. Oranssi viiva kertoo kaikki käynnit tammikuun ja sininen viiva maaliskuun ajalta 2014. Kävijämäärien kehitys on ollut positiivinen. Kuviossa käytetty mittausjakso on tehty viikoittaisten kävijämäärien mukaan.

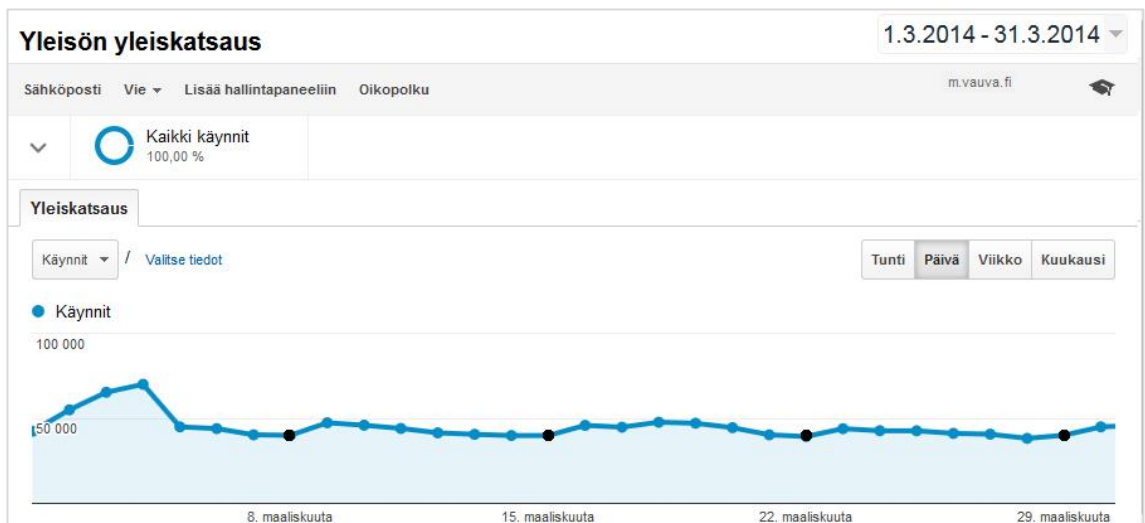
8.2 Sivuston rytmin muuttuminen

Vauva.fi-sivuston käytön aktiivisuudessa on selkeä rytmi. Sivuston rytmi on näkynyt keskustelualueen aktiivisuudessa. Keskustelupalstan rytmi muodostuu viikonpäivän ja vuorokauden ajan mukaan. Google Analytic -työkalu mahdollistaa sivuston käyttäjien seuraamisen hyvinkin tarkasti. Vertailussa tarkastelin tehtyjen vierailujen määrää pääsivuston keskustelualueen ja mobiilisivuston välillä. Halusin tutkia miten pöytäkoneella sivustoa käyttävien tapa osallistua keskusteluihin eroaa mobiililaitetta käyttäviin. Vertailuajankohtana on maaliskuu 2014. Vertailin sivustolle tehtyjen vierailujen rytmiä viikonpäivän sekä vuorokauden mukaan.

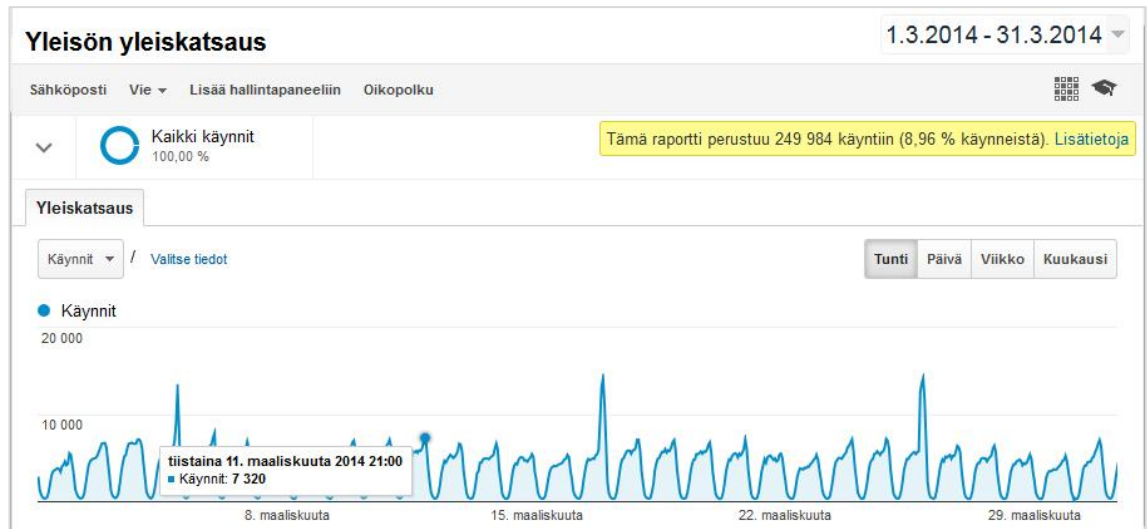
Perinteisesti Vauva.fi-sivustolla viikonloput ovat kävijämääriltään hiljaisempia, kun taas alkuvuikosta sivustolla on eniten kävijöitä. Kuviossa 22 näkyy toistuvasti lauantain kohdalla selkeä lasku kävijämäärissä. Lauantait on merkitty janalle tummennettuina pisteinä. Vastaava vertailu mobiilisivustolta näkyy kuviossa 23. Kävijämääriä kuvaava jana näyttää tasaisemmalta eikä erityistä vaihtelua eri viikonpäivien välillä ole.



Kuvio 22. Pääsivuston keskustelupalstalle tehtyjen vierailujen määrä mitattuna viikonpäivän mukaan. Mittausajankohta oli maaliskuu 2014.



Kuvio 23. Mobiilisivustolle tehtyjen vierailujen määrä mitattuna viikonpäivän mukaan. Mittausajankohta oli maaliskuu 2014.



Kuvio 24. Pöytäkoneella tehtyjen vierailujen määrä mitattuna tuntien mukaan. Mittausajankohta oli maaliskuu 2014.



Kuvio 25. Mobiilisivustolle tehtyjen vierailujen määrä mitattuna tuntien mukaan. Mittaus ajankoh- ta oli maaliskuu 2014.

Viikonpäivien ohella sivuston vuorokausirytmii on selkeä. Kuviossa 24 on kuvattu pääsivuston keskustelualueen aktiivisimmat hetket tuntien mukaan. Vuorokauden suosituin aika osallistua keskusteluihin pöytäkoneelta on kello 21, jonka jälkeen käyttäjien määrä laskee merkittävästi. Kuviossa 25 on vastaava mittaus mobiilisivuston käyttäjistä. Mobiililaitteilla sivuston käyttö on aktiivisinta kello 22 eli tuntia myöhemmin kuin pöytäko- neella.

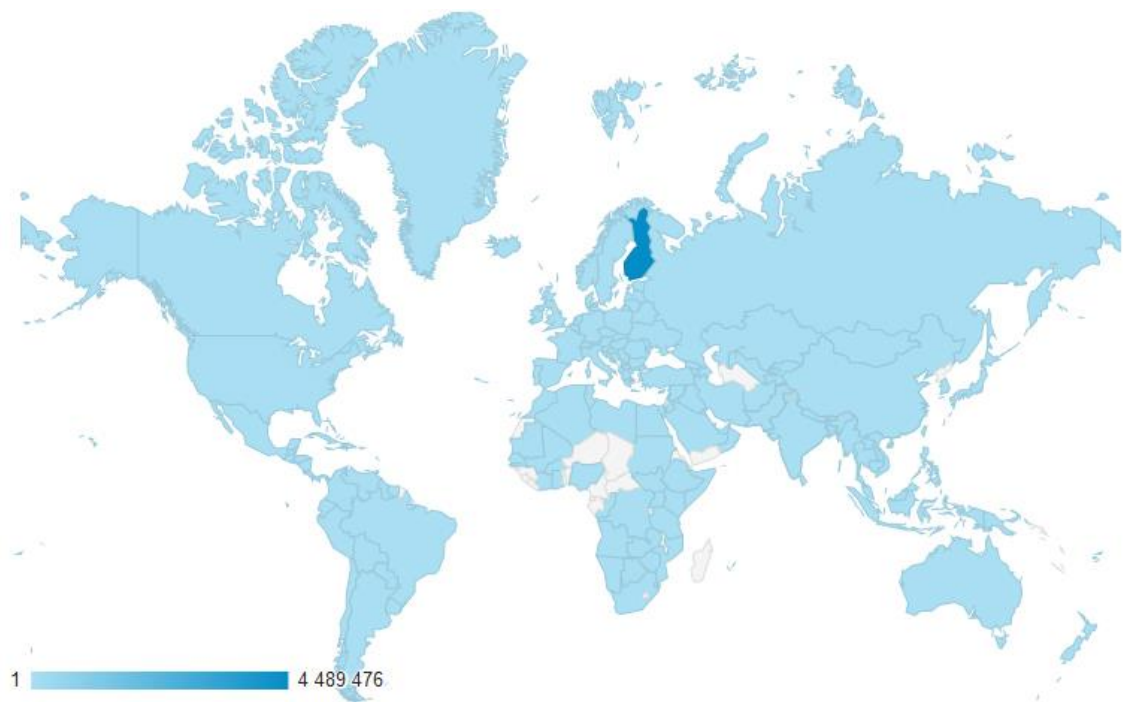
Tämän vertailun pohjalta näyttäisi, että mobiilin käyttö ei rytmity viikonpäivän mukaan. Sen sijaan mobiilikäyttäjät vierailevat sivustolla myöhemmin kuin pöytäkoneita käyttävät.

8.3 Käyttäjätutkimuksen ja analytiikkamittausten yhteenveto

Aihe vapaa -keskustelupalsta on nyt enimmäistä kertaa erotettu Vauva.fi-sivustosta erilliseksi mobiilipalveluksi. Käyttäjäkyselyn ja analytiikan tuloksiin perustuen voidaan sanoa, että Aihe vapaa -mobiilisivusto vastasi keskustelupalstan kävijöiden tarpeisiin. Jopa 82 % vastaajista piti Aihe vapaata riittävänä eikä kaivannut muita keskustelualueita mobiilisivustolle. Aihe vapaa toimii siis myös itsenäisenä tuotteena, Vauva-brändin laajenuksena.

Vauva-brändin tärkeimmät kohderyhmät ovat odottavat äidit ja vanhemmuudesta haaveilevat nuoret naiset. Sen vuoksi käyttäjätyytyväisyyttä mittaava tulos oli erittäin positiivinen Vauvan brändin alla toimivalle tuotteelle. Tutkimuksen mukaan nuorimmat käyttäjät kokivat tuotteen positiivisimpana ja kaikkein tyytyväisimmät käyttäjät olivat alle 25-vuotiaita. Yli 45-vuotiaat taas kokivat tuotteen kaikkein negatiivisimpana. Heidän joukossaan oli kaikkein eniten huonoimman arvion antaneita. Yli 45-vuotiaat eivät ole tuotteen ensisijainen kohderyhmä, joten sivuston toimintoja eikä sisältöjä ole ensisijaisesti suunniteltu heidän tarpeistaan. Jatkossa olisi mielenkiintoista selvittää, mistä iäkkäimpien vastaajien huono käyttäjäkokemus johtuu. Onko kyse huonosta käyttöliittymäsuunnittelusta, jossa esimerkiksi viestien luettavuus ei ole tarpeeksi selkeää tai painikkeiden koko liian pieni? Voisiko kyse olla käyttäjän kokemattomuudesta kosketusnäytöllisten laitteiden käyttäjänä vai onko kyse sittenkin sivuston sisällöstä, joka ei vastaa ikäryhmän tarpeisiin?

Analytiikkamittauksista löytyi mielenkiintoinen huomio mobiilisivuston ja pöytäkoneella keskusteluun osallistuvien käyttötapojen eroavaisuuksista. Mobiilikäyttäjillä palvelun käyttö oli tasaisempaa eikä esimerkiksi viikonpäivän mukaisia vaihteluita juurikaan ollut havaittavissa. Päivittäisen kävijäpiikin ajoittuminen mobiilikäyttäjillä tuntia myöhemmäksi kuin pöytäkoneella käyttäjillä oli myös kiinnostava huomio. Jatkossa olisikin mielenkiintoista tutkia, miten eri laitteet ohjaavat käyttäytymistä. Selataanko esimerkiksi Aihe vapaan keskustelupalstaa samalla kun nukutetaan lapsia vai käydäänkö vielä ennen nukkumaan menoa vilkaisemassa viimeisimmät viestit?



Kuvio 26. Google Analytics -ohjelman karttanäkymä kertoo, mistä maista palvelua käytetään.

Yksityiskohta Aihe vapaa- keskustelupalstan käytöstä on Google Analytics -ohjelman kautta nähtävä kartta, joka näyttää kuviossa 26 palvelun käyttäjien sijainnin. Kartan mukaan Aihe vapaa -mobiilisivuston keskusteluihin osallistutaan lähes kaikkialta maailmasta. Mittausajanjaksoon on otettu mukaan kaikki käynnit vuoden alusta maaliskuun 2014 loppuun. Aihe vapaa -mobiilipalvelusta tuli nopeasti Sanoma Media Finlandin ensimmäinen yli 100.000 kävijän mobiilisivusto ja ilmeisesti myös kaikkein kansainvälinen palvelu.

9 Pohdinta

Nyt on saavutettu ensimmäiset askeleet tuotteen kehittämisessä. Kävijätutkimus ja analytiikkamittaukset osoittavat, että kehityssuunta on oikea. Tuotteella on paljon sitoutuneita käyttäjiä, jotka haluavat käyttää palvelua nimenomaan mobiilissa. Mobiilikeskustelupalsta on selkeästi vastannut kohderyhmänsä tarpeisiin. Halusin tuoda analytiikka mittaukset tukemaan käyttäjätutkimuksessa saatuja tuloksia. Käyttökokemuksen mittaaminen pelkästään käyttäjätyytyväisyyttä arvioimalla, ei mielestäni tässä tapauksessa olisi riittänyt luotettavaan analyysiin. Kuten Gube tutkimuksessaan toteaa, käyttökokemuksen subjektiivisen luonteen vuoksi sitä ei pystytä aukottomasti mittaamaan (Gube 2010).

Käyttäjäkyselyiden ja analytiikan yhdistäminen toimii erittäin hyvin olemassa olevien verkkopalveluiden suunnittelussa. Kyselyt mahdollistavat laadullisen ja analytiikka määrällisen analyysin tuotteesta. Tutkimustapojen yhdistäminen antaa suunnittelijalle kattavan kokonaiskuvan tuotteesta ja käyttäjien kehitystarpeista. Tämä tutkimusmalli tukee myös käyttäjakeskeistä suunnittelua – kyselyiden kautta käyttäjillä on mahdollisuus aktiivisesti osallistua tuotteen kehittämiseen ja analytiikan kautta tekijätiimi saa tietoa käyttäjien käyttäytymismalleista. Sekä kyselyiden toteuttaminen että analytiikka mittauksen analysointi ovat suhteellisen helppo, nopea ja kustannustehokas tapa tehdä tuotteeseen liittyvää tutkimusta. Näillä menetelmillä saadaan myös parhaiten tavoitettua suuri otanta käyttäjistä.

Käytin käyttäjakeskeisiä työskentelytapoja läpi koko mobiilisivuston suunnitteluprosessin. Ennen tuotteen julkaisua keräsin tietoa käyttäjien tarpeista ja odotuksista. Menetelminä käytin kohderyhmä- ja palveluanalyysia, käyttäjäprofiileita ja toimintatarinoita. Näiden pohjalta syntyi prototyyppeja, joiden avulla pystyin tekemään käyttäjähaastatteluja ja -testauksia. Julkaisun jälkeen käyttäjätiedon kerääminen tapahtui käyttäjäkyselyillä ja analytiikka mittausten analysoinnilla.

Olen aiemmin suunnittelijana käyttänyt käyttäjakeskeisiä menetelmiä työssäni, mutta nyt ensimmäistä kertaa otin menetelmän näin laajasti ja systemaattisesti käyttöni. Käyttäjien aktiivinen mukaan ottaminen ja käyttäjätiedon hyödyntäminen suunnittelutyössä vaati omalta työskentelyltä enemmän suunnitelmallisuutta. Suunnitelmallinen eteneminen auttoi projektin vastuullisuuden ja jäljitettävyyden periaatteiden toteutumisessa. Käytännössä tämä tarkoitti oman työn tarkempaa aikatauluttamista ja muutos-

ten systemaattisempaa dokumentointia. Selkeä muutos tapahtui myös viestimisessä muulle projektiryhmälle – sivuston muutoksien ja kehitysideoiden argumentointi tapahtui käyttäjiltä saatuun tietoon perustuen.

Sisäistin lopputyötäni tehdessä kolme asiaa, jotka tulevat jatkossa olemaan minulle suunnittelijana työn peruseriaatteita:

1. Perusta päätökset aina tietoon, ei mielihaluun.
2. Luota käyttäjien antamaan palautteeseen, äläkä vähättele.
3. Ole avoin muuttamaan tehtyjä suunnitelmia

Periaatteet ovat yleistettävissä kaikkiin tuotekehitysprojekteihin. On helppoa kiintyä omiin suunnitelmiinsa ja tulkita käyttäjien viestiä haluamallaan tavalla. Suunnittelijan vastuulla on aktiivisesti ottaa palautetta työstään ja ”törmäyttää” tekemänsä suunnitelmat kohderyhmällä. Suunnitteluolettamukset muuttuvat suunnittelupäätöksiksi vasta kun käyttäjät ovat ne hyväksyneet.

Suunnittelijalta käyttäjäkeskeisten metodien käyttö vaatii tietoisien muutoksen työprosesseihin. Tulen jatkossa soveltamaan menetelmää palvelun sisällöstä ja luonteesta riippuen. Myös projektin toteutustavalla on merkitystä, miten käyttäjät saadaan mukaan suunnitteluprosessin. Käyttäjäkeskeiset menetelmät eivät sulje pois mitään projektimallia, vaan menetelmiä voidaan soveltaa eri projektimallien vaatimukset huomioiden (Sinkkonen ym. 2009, 41–45). Projektimallista riippumatta suunnittelun alkuun tulee varata enemmän aikaa, mutta sillä tullaan nopeuttamaan tuotteen toteuttamiseen käytettyä aikaa.

Itse pidän tärkeänä, että tuotteen kehitys on jatkuvaa ja kehityssyklejä on tarvittava määrä. Tämä on monesti haastavaa projektiluonteisessa työskentelymallissa, jossa ei varata tarpeeksi resursseja jatkuvaan kehitystyöhön. Jatkuva kehitystyö on kuitenkin avain käyttäjien huomioimiseen ja hyvän käyttökokemuksen saavuttamiseen. Palvelun käytön alkuvaiheessa käyttäjät yliarvioivat tuotteen myönteisiä käyttökokemuksia ja vasta myöhemmin käytettävyyden merkitys kasvaa (Kujala & Miron-Shatz 2013). Uskon, että aluksi Aihe vapaan keskustelijoiden tarve mobiilisivustolle oli niin suuri, että uusi palvelu koettiin erityisen positiivisena. Jos nyt käyttäjätutkimuksen kautta kerättyjä kehitysideoita ja korjauksia ei edistetä, huonoon käytettävyyteen liittyvät asiat alkavat tuottaa negatiivisia tunteita ja huonontaa käyttäjien tyytyväisyyttä palvelua kohtaan. Siksi on tärkeää jatkaa iteratiivista kehitystyötä yhdessä käyttäjien kanssa.

Aihe vapaan kehittäminen omaksi tuotteeksi on alkanut. Aihe vapaa -keskustelualue on kasvanut suuremmaksi ja sen merkitys käyttäjille on enemmän kuin yhden aikakauslehden verkkosivusto. Käyttäjille Aihe vapaa on enemminkin sosiaalisen median palvelu kuin pelkkä keskustelualue. Aihe vapaa on ainutlaatuinen tuote, joka on nyt mobiilisivuston myötä saanut ensimmäisen oman mainoskampanjan. Kampanjaan liittyen on tehty Millainen palstailija olet? -testi sosiaalisessa mediassa jaettavaksi, jossa hyödynnetään keskustelijoista tehtyjä käyttäjäprofiileja. Sekä uutena Aihe vapaan uutiskirje, jolla voi tilata itselleen sähköpostiviestinä päivän kuumimmat keskusteluaiheet. Kampanjan kärki muodostui siitä, mikä tekee Aihe vapaasta niin uniikin – Vauva ei nuku koskaan!

Lähteet

Avonius, T. 2013. Applikaatio vai mobiilioptimoitu sivusto? IABlogi. Saatavuus <<http://www.iab.fi/iablogi/applikaatio-vai-mobiilioptimoitu-sivusto.html>> (luettu 8.4.2014).

Arhippainen, L. 2013. A Tutorial of Ten User Experience Heuristics. In Proceedings of International Conference on Making Sense of Converging Media (AcademicMindTrek '13). ACM, New York, NY, USA, , Pages 336 , 2 pages. Saatavuus <<http://doi.acm.org/10.1145/2523429.2523491>> (luettu 2.5.2014).

Barton, D. & Hamilton, M. 1998: Local literacies: Reading and writing in one community. London: Routledge.

Caddick, R. & Cable S. 2011. In Communicating the User Experience: A Practical Guide for Creating Useful UX Documentation. New York: Wiley.

Donath, J. S. 2000. Identity and Deception in the Virtual Community. Teoksessa M A. Smith & P. Kollock (toim.) Communities in Cyberspace. London: Routledge. 29-59.

Etsitkö ystävää? Vauva Internetissä -palsta. Vauva-lehti 12/2000, 8.

Forlizzi, J., Battarbee, K. 2004. Understanding Experience in Interactive Systems. Proceedings of DIS2004, August 1-4, 2004, Cambridge, USA. Saatavuus <<http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=1013115.1013152>> (luettu 30.4.2014).

Gube, J. 2010. 'What Is user Experience Design? Overview, Tools And Resources'. Smashing Magazine. Saatavuus <<http://uxdesign.smashingmagazine.com/2010/10/05/what-is-user-experience-design-overview-tools-and-resources/>> (luettu 29.12.2013).

Gulliksen J., Göransson B., Boivie I., Blomkvist S., Persson J. & Cajander Å., Key principles for user-centered systems design, Behaviour & Information Technology, Vol. 22, Issue 6 (2003). Saatavuus <<http://dx.doi.org/10.1080/01449290310001624329>> (luettu 30.4.2014).

Gurak, L. J. 2000. The Promise and Peril of Social Action in Cyberspace: Ethos, Delivery, and the Protests over Market Place and the Clipper Chip. Teoksessa M A. Smith & P. Kollock (toim.) Communities in Cyberspace. New York: Routledge. 243-263.

Häkkinen, V 2012. Kannattaako tehdä mobiilisivusto vai mobiiliapplikaatio? Fonecta Enterprise solutions blogi. Saatavuus <<http://www.fonectaenterprise.fi/akatemia/blogi/kannattaako-tehda-mobiilisivusto-vai-mobiiliapplikaatio/>> (luettu 7.4.2014).

Isien palsta uusiutuu. Vauva Internetissä -palsta. Vauva-lehti 1/1999, 11.

Joko tunnet Vauvan Internet-sivut? Vauvan kori -palsta. Vauva-lehti 5/1998, 13.

Keksi aloitus menneiden vuosikymmenien/satojen/tuhansien av-palstalle! Aihe vapaa, Vauva.fi. Saatavuus <http://www.vauva.fi/keskustelu/3927931/keiju/keksi_aloitus_menneiden_vuosikymmenien_satojen_tuhansien_av_palstalle/> (luettu 14.3.2014).

Kemm, C. 2010. 'Designing for Touch Screen'. What Creative Design Agency blog. Saatavuus <<http://www.whatcreative.co.uk/blog/tips/designing-for-touch-screen/>> (luettu 28.12.2013).

Keskustelu käy yhä kuumempänä! Vauva Internetissä –palsta. Vauva-lehti 11/2000, 8.

Kuinka kauan olet hengailut vauva palstalla? Aihe vapaa, Vauva.fi. Saatavuus <http://www.vauva.fi/keskustelu/3803817/ketju/kuinka_kauan_olet_hengailut_vauva_palstalla> (luettu 7.2.2014).

Kuinka kauan olet palstaillu muistaako kukaan enää vanhoja palstalaisia? Aihe vapaa, Vauva.fi. Saatavuus <http://www.vauva.fi/keskustelu/3899517/ketju/kuinka_kauan_olet_palstaillu_muistaako_kukaan_enaa_vanhoja_palstalaisia/sivu/2> (luettu 7.2.2014).

Kujala S.& Miron-Shatz T. 2013. Emotions, experiences and usability in real-life mobile phone use. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems(CHI '13). ACM, New York, NY, USA, 1061-1070. Saatavuus <<http://doi.acm.org/10.1145/2470654.2466135>> (luettu 2.5.2014).

Kuisma K. 2012. Päätelaitteiden monimuotoisuus hallintaan Mobile first -strategialla. Vierityspalkki.fi. Saatavuus <<http://vierityspalkki.fi/2012/04/12/vieraskynapaatelaitteiden-monimuotoisuus-hallintaan-mobile-first-strategialla/>> (luettu 20.4.2014).

Leiniö, T. 2012. Mitä on responsiivinen design? Nokankoputuksia. Saatavuus <<http://www.sofokus.com/blogi/2012/07/mita-on-responsiivinen-design/>> (luettu 29.12.2013).

Liinamaa, A. 2004. Hiekkalaatikon haastajat - Äitien keskustelua ja vertaistukea internetin kautta. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Kasvatustieteen laitos. Saatavuus <<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/8857/G0000641.pdf?se>> (luettu 10.2.2014).

Mattila, P., Palmu, S. & Härmä, T. 2011. Suomalainen Arki 2011. Mediatoimisto Dagmarin yhteistyössä Aalto-yliopiston Kauppakorkeakoulun kanssa toteuttama tutkimussarja. Tutkimuksesta tehty tiivistelmä. Saatavuus <<http://www.aaltomediamark.org/2011/11/22/suomalaisten-luppoajat-tehokayttoon/>> (luettu 3.1.2014).

Miksi kovin harva rekisteröi tänne nimimerkkiä? Aihe vapaa, Vauva.fi. Saatavuus <http://www.vauva.fi/keskustelu/3948542/ketju/miksi_kovin_harva_rekisteroi_tanne_nimimerkkia> (luettu 17.3.2014).

Mitä teen? Huomasin että mieheni on narsissi! Aihe vapaa, Vauva.fi. Saatavuus <http://www.vauva.fi/keskustelu/1451680/ketju/mita_teen_huomasin_etta_mieheni_on_narsissi> (luettu 17.4.2014).

Mullet, K & Sano, D. 1995. Designing visual interfaces Communication Oriented Techniques. Mountain View, California: Prentice Hall, Englewood Cliffs.

Nielsen, J. 2012. Usability 101: Introduction to Usability. Nielsen Norman Group. Saatavuus <<http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>> (luettu 13.2.2014).

Nielsen, J. 2013. Tablet Usability. Jakob Nielsen's Alertbox. Saatavuus <<http://www.nngroup.com/articles/tablet-usability/>> (luettu 29.12.2013).

Nielsen, J. & Norman, D. 2012. The Definition of User Experience. Nielsen Norman Group. Saatavuus <<http://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>> (luettu 12.1.2014).

Nylund, M. 2005. Vertaisryhmät kokemusten ja tiedon järjestäjinä. Teoksessa Nylund, M. & Yeung, A. B. (toim.) Jyväskylä: Vastapaino, 195-213.

Odotus ja parisuhde puhuttavat, Vauva Internetissä -palsta. Vauva-lehti 3/2001, 10.

Oletko ollut palstalla liian kauan? Aihe vapaa, Vauva.fi Saatavuus <http://www.vauva.fi/keskustelu/3875868/ketju/olenko_ollut_palstalla_liian_kauan> (luettu 7.2.2014).

Parsakaali on tarjouksessa, mitä siitä valmistaisi kaikkea? Aihe vapaa. Vauva.fi. Saatavuus <http://www.vauva.fi/keskustelu/1777923/ketju/parsakaali_on_tarjouksessa_mita_siita_valmistaisi> (luettu 9.3.2014).

Pelkkää plussaa! Vauva Internetissä -palsta. Vauva-lehti 1/2001, 8.

Pitäisi saada uudet luistimet... Vauva Internetissä -palsta. Vauva-lehti 2/2001, 7.

Sanoma, 2014. Sanoman tutkimus suomalaisten mobiilikäytöstä,. Saatavuus <<http://www.sanoma.com/fi/uutiset/sanoma-tutkii-mobiilimedian-aikakausi-kaynnistytoden-teolla>> (luettu 3.4.2014).

Shrestha S. 2007. Mobile web browsing: usability study. In Proceedings of the 4th international conference on mobile technology, applications, and systems and the 1st international symposium on Computer human interaction in mobile technology (Mobility '07). ACM, New York, NY, USA, 187-194. Saatavuus <<http://doi.acm.org/10.1145/1378063.1378094>> (luettu 2.5.2014).

Sierra, M. 2012. Do Mobile And Desktop Interfaces Belong Together? Smashing Magazine. Saatavuus <<http://mobile.smashingmagazine.com/2012/07/19/do-mobile-desktop-interfaces-belong-together/>> (luettu 28.12.2013).

Sinkkonen I., Kuoppala H., Parkkinen J. & Vastamäki R. 2006. Käytettävyyden psykologia. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Sinkkonen I., Nuutila E. & Törmä S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelun suunnittelu. Hämeenlinna: Tietosanoma Oy.

TNS Metrix, Suomen web-sivustojen viikkoluvut. Saatavuus <<http://tnsmetrix.tns-gallup.fi/public/>> (luettu 13.3.2014).

Vauva.fi-keskustelupalsta 2001. Saatavuus
<<http://web.archive.org/web/20010124083000/http://www.vauva-lehti.fi/KESKUSTELUT/>> (luettu 7.3.2014).

Vuorio, P. 1998. Vauva-lehden pääkirjoitus. Vauva-lehti 1/1998, 3.

Vuorio, Pirkko. 2013. Vauvan nettisivut.[sähköpostiviesti] (Luettu 3.1.2014.)

VTT Valtion teknillinen tutkimuskeskus. 2012. Mitä käytettävyys tarkoittaa? Saatavuus
<http://www.vtt.fi/research/technology/contextawareservices/hti_what_usability.jsp?lang=fi> (luettu 13.2.2014).

Väänänen-Vainio-Mattila K. & Wäljas M., 2009. Developing an expert evaluation method for user experience of cross-platform web services. Proceedings of the 13th International MindTrek Conference: Everyday Life in the Ubiquitous Era (MindTrek'09), 162–169. Saatavuus <<http://dl.acm.org/citation.cfm?doid=1621841.1621871>> (luettu 30.4.2014).

Yle 2013. Suomalaiset verkossa –tutkimus 2013. Saatavuus
<<http://www.slideshare.net/ylefi/suomalaiset-verkoss-2013-esitys-yleisradion-isossa-pajassa-1862013-klo-13>> (luettu 3.1.2014).

Äideillekin oma palsta! Vauva Internetissä -palsta, Vauva-lehti 8/1998, 6.

1. Käyttäjäkysely mobiilisivuston kävijöille

Kysely toteutettiin ajalla 17.-19.12.2013 ja vastaajia oli yhteensä 1557 kappaletta
Kysely toteutettiin osoitteessa m.vauva.fi

Vastaa kyselyymme ja auta meitä kehittämään Aihe vapaan mobiilisivustoa! Yhteystiedot jättäneiden kesken arvomme leffalippuja (10 x 2 lippupakettia).

1. Miten tyytyväinen olet Aihe vapaan mobiilisivustoon?

- 1 (en ole tyytyväinen)
- 2
- 3
- 4
- 5 (erittäin tyytyväinen)

2. Missä luet Aihe vapaan keskusteluja kännykälläsi?

- kotona
- bussissa, ratikassa, junassa...
- lasten kanssa ulkoillessa
- työpaikalla
- jossain muualla, missä? (avoin tekstikenttä)

3. Haluaisitko käyttää muita keskustelualueita mobiilissa?

- En, Aihe vapaa riittää minulle.
- Kyllä, haluaisin lukea myös muita keskustelualueita. Kerro mitä?

Onko Aihe vapaan käyttö muuttunut mobiilisivujen myötä. Kerro miten?

(avoin tekstikenttä)

Miten kehittäisit mobiilisivustoa? Anna palautetta

(avoin tekstikenttä)

Jättämällä sähköpostiosoitteesi olet mukana arvonnassa.

Yhteystietoja käytetään vain arvonnassa.

(avoin tekstikenttä)

2. Käyttäjäkysely mobiilisivuston kävijöille

Kysely toteutettiin ajalla 17.-19.3.2014 ja vastaajia oli yhteensä 1774 kappaletta
Kysely toteutettiin osoitteessa m.vauva.fi

Vastaa kyselyymme ja auta meitä kehittämään Aihe vapaan mobiilisivustoa! Yhteystiedot jättäneiden kesken arvomme leffalippuja (10 x 2 lippupakettia).

1. Miten tyytyväinen olet Aihe vapaan mobiilisivustoon?

- 1 (en ole tyytyväinen)
- 2
- 3
- 4
- 5 (erittäin tyytyväinen)

2. Lisäsimme viestiketjuihin sivutuksen teiltä saamamme palautteen pohjalta. Oletko tyytyväinen muutoksen?

- Kyllä
- En osaa sanoa
- En ole. Kerro miksi? (avoin tekstikenttä)

3. Kerro, miten kehittäisit mobiilisivustoa? Anna palautetta

(avoin tekstikenttä)

Taustakysymykset

Olen

- nainen
- mies

Ikäsi

- alle 25 vuotta
- 25-44 vuotta
- yli 45 vuotta

Jättämällä sähköpostiosoitteesi olet mukana arvonnassa.

Yhteystietoja käytetään vain arvonnassa. (avoin tekstikenttä)